

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية
علوم الإعلام والاتصال
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
فاطمة الزهراء بوغرارة عبير عثمان

يوم: 13/07/2021

دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي –دراسة مسحية على عينة من متابعي برامج قناة مساحة على اليوتيوب

لجنة المناقشة:

صونيا قوراري	أ. مح أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	مقرر
محمود عياد	أ. مح أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	مناقش
داود جفافلة	أ. د.	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيس

السنة الجامعية : 2020-2021

إهداء

الحمد والشكر لله الواحد القهار على فضله وتوفيقه علينا لانجاز هذه المذكرة،

وصلاة على رسول الله صلى الله عليه وسلم.

أما بعد:

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء وحنان، إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قبلها دافئ إلى أمي العزيزة.

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح إلى أبي الكريم.

أطال الله في عمرهم.

إلى من حبهم يجري في عروقي ويبهج بذكراهم فؤادي إخواتي وليد، مسعود، حسام ونور وعبد الرحمان.

إلى حبيبتي زوجة أخي وأبناءه البراعم الصغار رهف، جنى إليكم من كنتم دعما لي في الحياة وسند للمستقبل.

إلى من تذوقت معهم أحلى اللحظات ومن أورثني على نفسهم "صديقاتي".

إلى من دائما يدفعونني إلى الأمام كل الأهل والأقارب من خالاتي وأخوالي

ومن دعمني حتى ولو بكلمة واحدة.

إليكم ما من عجز قلبي عن وصف حرقته على فراقكم ورحيلكم كان أصعب

يا من كنتم دعما لي في دراستي وتحبون طلب العلم.

إلى روح جدتي وعمي وخالي وجدي المجاهد رحمهم الله، أتمنى لو كنتم معي لترون ثمرة جهدي.

إلى كل أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية وبالأخص شعبة علوم الإعلام والاتصال.

إلى كل من كان سندي ودعمي ولو بكلمة للنجاح.



إهداء

أهدي عملي هذا............

إلى من تعبت وسهرت وتحملت من أجلنا، من نادتني منذ صغري بإعلامية المستقبل،

ها أنا اليوم أحقق لها جزء مما كانت تطمح أن أصل إليه...

أمي غاليتي أطال الله في عمرك

إلى من وثق بي كثيرا، وقف معي طويلا، وعلمني كيف أكون قوية وأصبح الأفضل، ولازال

أبي سندي حفظك الله ورعاك

أخواتي ريم، أميرة، أميمة...أنتن أغلى ما أملك

أخي الوحيد محمد نبيل من لي سواك على أكتافه أتكئ، والذي قال رب الكون فيه

سنشد عضدك بأخيك

إلى من جمعن بين الصداقة والأخوة ماريا وحنان

صديقاتي رفيقاتي من كن معي دائما وقضيت معهن أجمل الأوقات، سرنا على الدرب معا

ولا يزال مشوارنا طويل: بسمة، دلال، رانية، إيناس...

كل بإسمها لكم مني أجمل وأرقى العبارات

زملائي ومن لهم مكانة خاصة عندي وكثيرا ما كانوا لي ناصحين إسلام، ناصر، عقبة...

تأكدوا أن مرارة التعب تمحوها فرحة النجاح

فاطمة الزهراء



شكر وعرفان

الحمدلله الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل وسدد خطانا وأوصلنا إلى ما نحن عليه اليوم

وبعد:

شكر وتقدير ومحبة إلى الأستاذة المشرفة **الدكتورة قوراري صونيا**

من كانت لنا سندا وعونا طيلة مسيرتنا في إنجاز هذه المذكرة

ولم تبخل علينا ولو بنصيحة صغيرة

لك منا خالص الاحترام والتقدير

نشكر كل من ساندنا من قريب أو بعيد ونخص بالذكر

الأستاذة حدروش فاطمة رغم بعد المسافة إلا أن هذا لم يكن لك عائقا في توجيهاتك لنا

الأستاذ رملي بوزيد، فهو أول من قدم لنا التوجيه وأرشدنا

كل عبارات الامتنان لأساتذتنا الأفاضل في قسم علوم الإعلام والاتصال

لطالما كنتم لنا موجهين وناصحين في طريق العلم

كما لا ننسى أساتذة العلوم الاجتماعية...شكرا جزيلا لكم


ملخص الدراســـــة

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي، والتي كانت قناة مساحة عبر اليوتيوب نموذجا لها، إذ تسعى دراستنا للكشف على تأثير مشاهدة هذه البرامج على قيم الشباب الجامعي، وكيف تساهم في التنشئة الثقافية وزيادة الرصيد المعرفي.

وقد ركزنا في العينة على الطلبة المتابعين لقناة مساحة بالاعتماد على العينة العشوائية البسيطة، وتندرج الدراسة التي بين أيدينا إلى الدراسات الوصفية التي تسعى لدراسة الظواهر التي تتصل بالجماهير ومواقفهم وعلاقاتهم بوسائل الإعلام، وقد استخدمنا المنهج المسحي باعتباره المنهج المناسب لها.

ولتحقيق الأهداف المسطر قمنا باستخدام الاستمارة الالكترونية ومقياس ليكرت، وتطبيقهم على العينة من خلال نشرها عبر صفحة قناة مساحة على الفيسبوك لمعرفة وجمع المعلومات من أجل الإجابة على هاته الأسئلة، والتي كانت من ثلاثة أجزاء، حيث جزء يتعلق بالبيانات الشخصية والجزء الثاني محورين من الأسئلة الفرعية، وجزء ثالث يتعلق بالسؤال الأخير، بحيث اتخذنا مقياس ليكرت لدراسة اتجاهات المشاهدين نحو القناة.

وبعد النتائج المتحصل عليها، يمكننا القول بأن برامج البودكاست ومن بينها قناة مساحة على اليوتيوب تساهم بدورها في نشر المعارف والمواضيع المتنوعة التي تزيد من رصيده المعرفي وتكسبه قدرات وخبرات وثقافات أخرى تولد لديه تنشئة ثقافية.

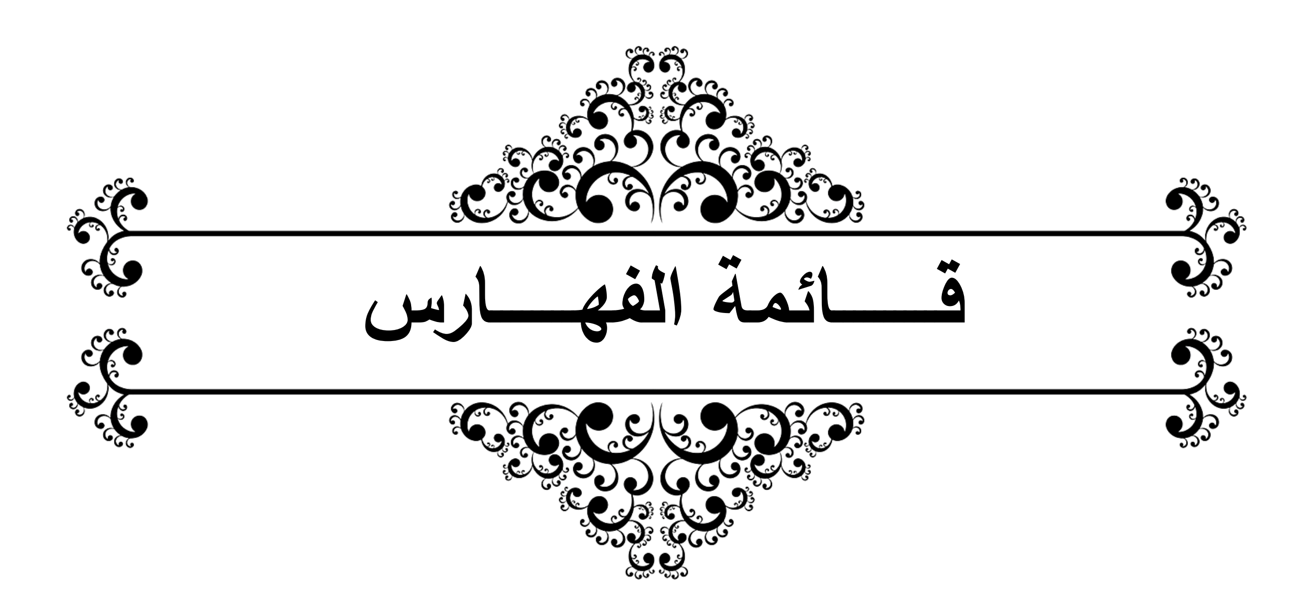
Résumé de l’étude:

The study dealt with the role of podcast programs via Youtube in the cultural upbringing of university students, for wich the Youtube channel was w model. Our study seeks to reveal the impact of watching these programs on the values of university students, and how they contribute to cultural upbringing and increase the knowledge balance.

This study was based on simple random sampling, This study was based on simple random sampling, This study falls into the descriptive studies that seek to study the phenomena related to the masses, their attitudes and their relations with the media, we have used the survey methods to consider it appropriate ofr them.

To achieve the regulated goals, we used the electronic questionnaire and likert scale and applied them to the sample by publishing it on the facebook space channel page to know and collect information in order to answer these questions whish were of three parts, so that one part relates to personal data and the second part is two axes of sub-questions. The third part relates to the last question, we took a likert scale to study viewers’ attitudes towards the channel.

After reaching results, we can say that podcast pograms, including the space channel on Youtube, contribute to the dissemination of knowledge and various topics that increase his knowledge balance and gain other capabilities, experiences and cultures that generate a cultural upbringing.


قـــائمة الفهـــارس

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويـــــات

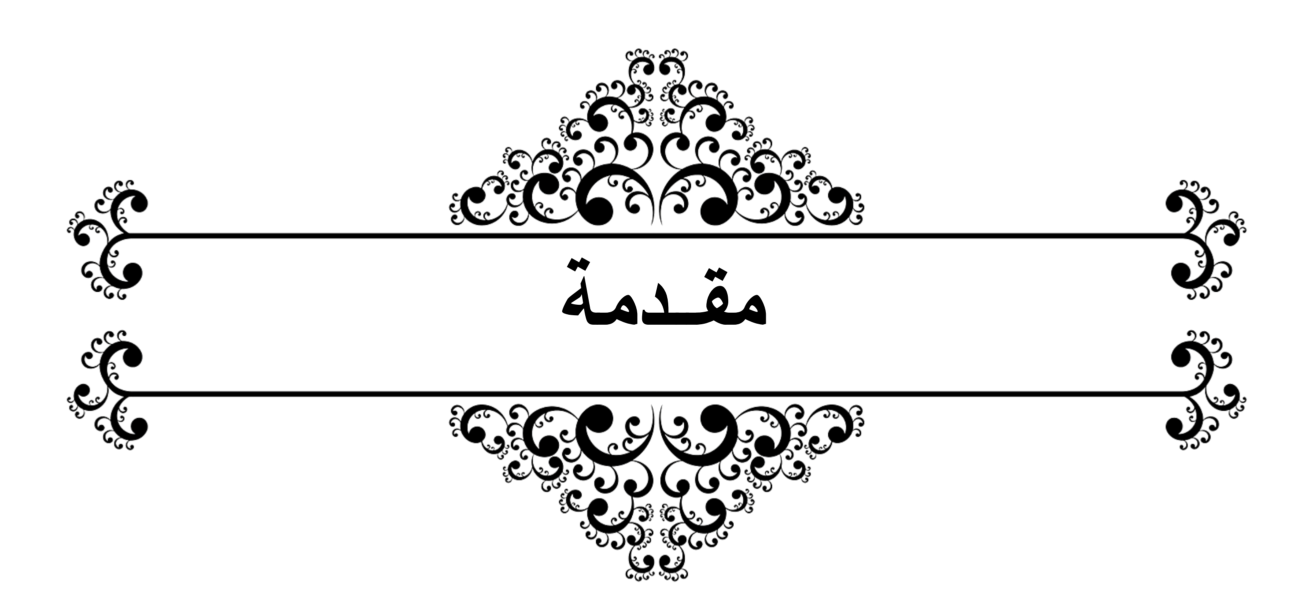
فهرس المحتويـــــــات

قائمة الجداول

قائمة الجـــــداول

فهرس الأشكـــــــــــــال

جدول الأشكال:


مقـدمة

مقدمة:

في ظل سيطرة البيئة الرقمية الجديدة ضمن التحديات التكنولوجية والاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، من خلال التطورات التكنولوجية المتواصلة والمستمرة في تطوير وسائل الإعلام والاتصال، والتركيز أكثر على عناصر العملية الاتصالية والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة، خاصة مع اكتساح وسائل الاتصال الرقمي الساحة الإعلامية، والتي أصبحت لها المكانة الأولى والتأثير الأكبر ضمن المحتوى الإعلامي الذي يعتبر عملية لنشر الأفكار المختلفة.

ظهرت برامج البودكاست لتفرض نفسها وسط الوسائل الأخرى، على اعتبار أنها سلسلة من الوسائط التي يقوم بإنشائها هواة تحتوي مواضيع مختلفة مرتبطة باهتمامات وميول القائم عليها، وذلك بطرح أفكار سواء كانت علمية، ثقافية، اجتماعية، سياسية، ترفيهية، أو للتسلية...، حيث أصبح لها جمهورها الخاص خاصة وسهولة الوصول إليها عبر التطبيقات المختلفة والمنتشرة.

وعلى اعتبار أن اليوتيوب اليوم يسمح لمستخدميه بتقديم وعرض محتويات بأنواعها المختلفة، بالأخص وميزة مجانية الاستعمال إضافة إلى الصوت والصورة والتعليق عليها بحرية تامة، أصبحت هذه الوسيلة الاتصالية مجالا إعلاميا ثريا، حيث انتقلت من المحتوى السمعي إلى السمعي البصري متجاوزة الكتابة والسرد العابر، هذا ما سهل من ظهور برامج البودكاست والتي أصبحت تعكس الحياة الواقعية من جهة وإعادة القيمة للمحتوى الإعلامي من جهة أخرى، وقدرة هذه التقنية على جذب اهتمامات الجمهور بمختلف فئاته.

ومن بين المواضيع والمجالات الأكثر تداولا عبر برامج البودكاست هي المواضيع الثقافية التي شغلت العقول، ولأن الثقافة مكتسبة نظرا لقدرة الإنسان المبدعة فهو لا يكتفي بالتعلم واكتسابها، بل يتعدى ذلك إلى محاولة تلقينها للجمهور، ما يدفع لزيادة الوعي واستيعاب الأفكار وتوليد واقع جديد وفق بنية علمية وشبكة من التفكير والمعلوماتية، من حيث الاكتساب والتعلم

أكثر وبناء رؤى مستقبلية واعدة من خلال المحتوى المقدم والمعروض عبر هاته البرامج المسماة بالبودكاست.

وبناء على هذا فقد حاولنا انطلاقا من دراستنا "**دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي**"، أردنا من خلالها تسليط الضوء على مساهمة برامج البودكاست في زيادة الرصيد المعرفي لدى الطالب الجامعي ومدى توافق ما تقدمه على ثقافة المشاهدين.

وقد عالجنا هذه الدراسة من خلال 03 فصول متتابعة جاءت على النحو التالي:

- ✓ الفصل الأول جاء تحت عنوان إشكالية الدراسة ومنهجها، والذي تضمن العديد من النقاط المنهجية، بداية بصياغة الإشكالية وتساؤلاتها وتحديد أهميتها وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع وتحديد المفاهيم نظريا وإجرائيا، والدراسات السابقة والجوانب التي استفدنا منها من خلالها، أما الجانب المنهجي الآخر فيتمثل في الخطوات التالية من تحديد المنهج ومجتمع البحث والعينة المراد دراستها مع الأدوات المستخدمة في الدراسة.
- ✓ في حين عنون الفصل الثاني بالجانب النظري للدراسة ، والذي احتوى مبحثين حول الثقافة، تضمن كل مبحث 05 مطالب، بداية بالحديث عن مفهوم الثقافة ونشأتها انتقالا إلى التعريف بالتنشئة الثقافية، ثم أهمية الثقافة وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى، أما المبحث الثاني والذي جاء بعنوان آليات الثقافة فقد تضمن وظائف ومكونات وأنواع الثقافة ومحاولة ربط الثقافة بالاتصال، والاتجاهات النظرية المفسرة لها، وتمهيد وخلاصة لها.

أما المبحثين المواليين فقد تمحورا حول اليوتيوب، والذي بدوره تضمن مبحثين قسما إلى عدة مطالب، حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم اليوتيوب والخلفية التاريخية له وخصائصه ودوره في خدمة الإعلام الالكتروني، أما المبحث الثاني فقد تناول اليوتيوب ووسائل الإعلام والتقنية المستخدمة فيه وشروطه وسلبياته وإيجابياته.

- ✓ أما الفصل الثالث، الإطار التطبيقي للدراسة الذي شمل الأساليب الإحصائية وعرض وتحليل ومناقشة البيانات التي تم الاستعانة فيها بالتفريغ الآلي الـspss، لنستعرض في الأخير النتائج الجزئية والنتائج العامة للدراسة، نهاية بالخاتمة وقائمة المراجع ثم الملاحق.



إشكالية الدراسة ومنهجها

أولا: إشكالية الدراسة:

من خلال عهد التغيير وما أتاحته التكنولوجيا كتقنية من إفرازات للإنترنيت والإضافات الحديثة التي جاء بها الإعلام الجديد في ظل سيطرة البيئة الرقمية الجديدة خاصية التفاعل، وتسهيل تنقل المعلومة، مع إلغاء الحاجز الزماني والمكاني استطاع الفرد أن يجد مكانا للتعبير عن آرائه من خلال المواقع الالكترونية والتي تعتبر من أحد سمات الاتصال الجديد، ومن بين هذه المواقع نجد اليوتيوب، فهو من أكثرها انتشارا على الشبكة العنكبوتية لما يملكه من خصائص وسمات ساعدت في التواصل الدائم والتفاعل، خاصة مع مجانية وسهولة استخدامه ومشاركة المعلومات من خلاله بين الأصدقاء، باعتبار أنه يحظى بملايين المتابعة من طرف الشباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة، حيث يتيح لهم ملايين المواد العلمية والثقافية والترفيهية، كما يقدم لهم الموقع العديد من الخدمات التي تسهل عليهم ذلك، كتنزيل الملفات وحتى التعليق عليها، لنتجاوز بذلك عرض برامج وسائل الإعلام التقليدية إلى مواكبة التكنولوجيا ومن أجل تطوير المحتوى الرقمي ظهرت برامج البودكاست، الوسيلة التي سمحت للكثيرين الوصول للملايين، ومن خلال المزج بين الصوت والصورة وأسلوب الإقناع استطاعت هاته البرامج أن تجعل لها مكانة بين البرامج الأخرى، وبالتركيز على حاجات الجمهور واهتماماته جعلت الفرد أكثر إقبالا على مضامينها من وسائل الإعلام الأخرى.

ويعتبر اليوتيوب من أبرز هذه البوابات من خلال مشاركة مستخدميه لمحتويات لها علاقة بالثقافة تحديدا، من أفعال وتصورات ومنجزات تستهدف بناء العقل والوجدان، ومن أجل تنشئة ثقافية محددة تشمل جميع مناحي الحياة، على اعتبار أنها طريق لتغذية فكرية يستطيع من خلالها التمييز بين ما هو سليم وما هو إيجابي، وما الذي يبني شخصية الإنسان ويصقلها ويقويها وما يضعفها ويمد من خبراتها، كما تساهم التنشئة الثقافية في بناء فكر إبداعي ممهد لتشكيل قوة ذهنية، تتوجه إلى جميع الفئات العمرية باختلافها مكونة بذلك آراء جديدة خاصة بالنسبة للطالب الجامعي باعتباره الأكثر وعيا و إدراكا حول إذا ما كانت هذه البرامج تستدعي ضرورة متابعتها والتأثر بها، أضف إلى ذلك أن هذه البوابة تتيح للفرد إضافة تعليقات على ما

يشاهده من مضامين، فأصبح اليوم الناشطون عبر اليوتيوب أو ما يسمى بالبودكاستور بإمكانهم عرض أفكارهم و آرائهم من خلال المنبر الافتراضي الحر للتعبير عبر المدونات الشخصية وبإشراك الفرد في هذه القضايا، وهذا ما نراه اليوم من خلال ما يطرحه أمثال (أنس تينا، أمير dz، جوكر، يوسف أعبو...).

فالبودكاست يختلف محتواه عن المحتويات الأخرى، فهو يعالج المواضيع بأسلوب فكاهي ساخر، أو أسلوب جدي علمي ثقافي، وبهذه الطريقة بإمكان هذه البرامج أن تتخلى عن تلك القيود المتعلقة بالسياسة الإعلامية، ويصبح من حق كل مواطن الحصول على المعلومة التي يريد، وهذا ما يجعلها من ضمن القوى الغير مستهان بها في تحريك الشعوب فلها مخلفات متمثلة في الأثر الذي تتركه في الأفراد.

ومن خلال هذه الإشكالية تنطلق دراستنا من التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطلبة الجامعيين؟.

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

1-كيف تساهم قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي ؟.
2-ما مدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهدين؟.
3-ما هي اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة؟.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

1/ الذاتية:

1-الملاحظة الشخصية لانتشار برامج البودكاست بين أوساط المجتمع والطلبة الجامعيين بشكل خاص.
2-الاهتمام الشخصي بمثل هاته المواضيع المرتبطة بالإعلام الجديد والبرامج المتعلقة بالبودكاست وتأثيراته على الفرد.

2/ الموضوعية:

1-باعتبار أن مضامين البودكاست مستمدة من مختلف مناحي الحياة خاصة الثقافية منها.
2-الانتشار الواسع لمثل هاته البرامج عبر وسائل الاتصال المختلفة.
3-نقص سعة البحث في مثل هذه المواضيع المرتبطة بالبودكاستور وما يطرحه من قضايا.

رابعا: أهداف الدراسة:

1-الكشف على تأثير مشاهدة برامج البودكاست على قيم الشباب الجامعي المكون الرئيسي لثقافة المجتمع والمعارف المكتسبة من خلالها.
2-التعرف على كيفية مساهمة برامج قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي.
3-الكشف على اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة.
4-التطلع إلى الآفاق المستقبلية لاستخدامات البودكاست في البيئة الرقمية الاعلامية.

خامسا: أهمية الدراسة:

إن الحاجة لتطوير وسائل الإعلام المتاحة للفرد لا تقتصر فقط على التقنية أو الوسيلة بل تتعداها إلى الرسالة أيضا، وكيفية طرحها وبنائها وطريقة إيصالها إلى الجمهور، وبذلك يمكن اعتبار أن أهمية البودكاست تكمن في اعتباره أيضا جزء من الإعلام الجديد، ومن خلال ربط الثقافة به كإحدى أهم المواضيع التي تتناولها برامج البودكاست، وإبراز المحتوى الثقافي في شكله الرقمي.

سادسا: نوع الدراسة ومنهجها:

تعد البحوث الوصفية الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة الظواهر التي تتصل بالجماهير ومواقفهم وآرائهم وعلاقاتهم بوسائل الإعلام ووسائله.

وقد تم اختيار منهج الدراسة بناء على الإشكالية الأساسية المحددة في البحث ونوع الدراسة، وبما أننا نسعى إلى معرفة دور برامج البودكاست في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي

فإن الموضوع يندرج ضمن الدراسات الوصفية المسحية. والتي يتم من خلالها شرح وتوضيح الأحداث والمواقف وتحليل الواقع قصد الوصول إلى استنتاجات منطقية.

ولهذا فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي، والذي يقوم على جمع المعلومات عن ظاهرة للتعرف عليها وتحديد وضعها ومعرفة جوانب الضعف والقوة فيها، ومن خلال دراسة آراء الناس ومواقفهم المعلنة.[1] وهذا بالفعل ما ينطبق مع دراستنا فالهدف الأساسي هو معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول برامج البودكاست و إذا ما كان لها دور فعلا في بناء ثقافته وتوسيعها بشكل أكبر.

سابعا: مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن تحديد مجنمع البحث أحد خطوات البحث العلمي في الدراسة، وأساس النجاح البحث فهي تتطلب من الباحث الدقة البالغة في اختيار الأفراد أو جمهور الدراسة.

حيث يعرف مجتمع البحث أنه "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزه عن غيره من العناصر الأخرى، والذي يجري عليها البحث أو التقصي. كما يعرف أيضا أنه " مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل المجتمع الكل أو مجموع الأكثر الذي يريد الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل المفردات".[2]

حيث ارتأينا أن يكون مجتمع دراستنا والذي تمحور حول "دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي" أن يكون هو جميع متابعي قناة مساحة عبر اليوتيوب خاصة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر استخداما للانترنيت ومواقع التواصل الاجتماعي، كذلك باعتبارها تبحث على كل ما هو جديد من مواضيع من معارف ومعلومات وتزيدهم في ثقافتهم وبناء معرفهم، بالإضافة إلى اكتساب ثقافات وعلوم وأفكار مختلفة ومتنوعة بالأخص في المجال الثقافي.

---

[1]– رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2000، ص193.

[2]– موريس انجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، دار القصبة، الجزائر، 2004، ص102.

عينة الدراسة:

إن التحديد السليم لعينة الدراسة يرتكز على التحديد الدقيق لمجتمع البحث، باعتبارهم أهم خطوات البحث العلمي وأساس النجاح في الجانب الميداني للدراسة.

فالعينة "هي نموذج يشمل جانبا وأجزاء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته مشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.[1]

وقد تم اختيار عينة الدراسة متمثلة في العينة العشوائية البسيطة، تساوي الفرص أمام كل مفردة من مفردات المجتمع في التمثيل بالعينة.[2]

وقد كانت عينة دراستنا هي الطلبة الجامعيين المتابعين لقناة مساحة، لأنها مناسبة للدراسة وتمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا واضحا، فإنها تخدم أهداف دراستنا وتمكننا من الحصول على نتائج دقيقة واضحة، حيث أن دراسة هذه العينة يسمح لنا بالكشف عن تقييم مشاهدي هذه البرامج الثقافية عبر اليوتيوب، ومعرفة مدى تجاوبهم معها وهل ساهمت فعلا في بناء المعرفة لديهم أم لا.

ثامنا: أدوات جمع البيانات:

نجاح أي بحث علمي يرتبط أيضا باختيار وفعالية الأداة المستخدمة والمناسبة في جمع البيانات، ونظرا لطبيعة موضوعنا دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي، خاصة المتعلق بالعنوان الفرعي دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة قناة مساحة على اليوتيوب، وبناءا أيضا على المنهج المستخدم، المنهج المسحي، فقد اعتمدنا على أداتين:

---

[1]– عامر ابراهيم قنديلجي، البحث اللعلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار مسيرة للنشر، عمان، 2008، ص195.

[2]– رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2007، ص168.

1/ أداة الاستمارة: كأداة رئيسية في دراستنا، فهي عبارة عن قائمة من الأسئلة تعد بشكل جيد لمعرفة آراء ومعتقدات واتجاهات الآخرين نحو موضوع معين [1]، وهذا ما جعلنا نختارها كأداة أساسية نظرا لما توفره من سهولة في جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المتعلقة بدراستنا.

وقد قمنا بتقسيم الإستمارة إلى ثلاثة محاور أساسية، محورين يتعلقان بالاستمارة ومحور خاص بمقياس ليكرت، فبعد المعلومات الشخصية المتعلقة بالسن والمستوى الدراسي والجنس، جاءت المحاور تباعا على الشكل التالي:

- المحور الأول: مساهمة قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للمشاهد.
- المحور الثاني: مدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهد.
- أما المحور الثالث الخاص بمقياس ليكرت فهو: اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة.

وبناء على عدة عوامل في مقدمتها تسهيل عملية الوصول إلى المبحوثين، قمنا باستخدام **الاستمارة الالكترونية**، على اعتبار أنها أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات، وتكون غالبا منشورة على موقع ما، فهي طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة.[2]، وهذا ما طبقناه في دراستنا، من خلال الاعتماد الكلي على هذه الاستمارة قصد سهولة وسرعة الحصول على نتيجة، خاصة و أن الصفحة التي نود تطبيق الدراسة عليها متوفرة على صفحة الفيسبوك ما يسهل علينا العمل أكثر.

مع الإشارة إلى أنه قد تم إخضاع الاستمارة إلى عدة محكمين.[3]

---

[1]- علي معمر عبدالمؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساليب والتقنيات والأساليب، دار المكتبة الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2008، ص204.

[2]- educad.me, 19,06,2021, 19 :30 .

[3]- أسماء المحكمين (سعاد سراي، أستاذ محاضر "أ"، جامعة بسكرة، محمود عياد، أستاذ محاضر "أ"، جامعة بسكرة، محمد طه فريجة، أستاذ محاضر "ب"، جامعة بسكرة).

ن (متوسط الإتفاق بين المحكمين)

معامل الثبات= ــ

1+(ن−1) متوسط الاتفاق بين المحكمين

- حيث أن ن يرمز إلى عدد المحكمين أ، ب، ج =3
- وعليه نسبة الاتفاق بين المحكمين هي:
- بين "أ" و"ب" = 0.95
- بين "ب" و"ج"= 0.91
- بين "أ" و "ج"= 0.95

وعليه متوسط الاتفاق بين المحكمين هو:

0.95+0.91+0.95= 2.81

3/2.81 = **0.93**

2/ <u>مقياس الاتجاهات ليكرت:</u>

كأداة مساعدة اعتمدنا على مقياس ليكرت، باعتبار أنه أسلوب بسيط، ومن أكثر الأساليب استخداما لقياس الاتجاهات. ويتكون مقياس "ليكرت" من مجموعة من العبارات، الهدف منها هو قياس الاتجاهات نحو موضوع معين ويطلب من المستجيبين الاستجابة لكل عبارة بأحد الاستجابات التالية: ((موافق تماما− موافق− غير متأكد− غير موافق بالمرة)).

وتمثل الدرجة الكلية لفرد ما مجموع درجاته بالعبارات المختلفة التي يتكون منها المقياس، ويعبر المجموع عن اتجاه الفرد نحو موضوع الاتجاه.[1]

[1]− بشرى إسماعيل، **المرجع في القياس النفسي**، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2004، ص180.

وقد قمنا باختيار مقياس ليكرت الثلاثي (أوافق- محايد- لا أوافق) من أجل تقدير رأي الأفراد واتجاهات الطلبة الجامعيين نحو قناة مساحة حيث يعتبر البديل الأكثر صدقا لتصنيف آراء الأفراد واتجاهاتهم نحو هذه الأمور، خاصة وأنه يطلب من المستجيب تحديد درجة موافقته على الخيار المطروح من عدمها.

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	62	100
Exclucded	0	0
Total	62	100

Cronbach's Alpha	N of Items
0.845	12

اعتمدنا على مخرجات spss لتبيان ثبات المحور المتعلق بمقياس ليكرت، باستخدام معامل الثبات ألفا كرومباخ، وحسب الجدول أعلاه اتضح لنا أن معامل ثبات المحور الأخير قدرت ب 0.845، وهي نسبة مرتفعة حيث يرجع ذلك إلى ما استندنا إليه من رأي المحكمين وتوجيههم لنا بكل صدق.

تاسعا: مفاهيم الدراسة:

1-برامج البودكاست:

لغة: الاسم مركب من شقين، بود pod ويشير إلى مخزن أو مستودع أو إلى جهاز مشغل الصوت الشهير من شركة آبل ipod، كاست cast، وتعني البث.[1]

اصطلاحا: هي سلسلة وسائط متعددة صوتية أو مرئية، مثل أي ملف على الشبكة، لكن ملفات البودكاست تحتوي على السييديكشين وهي أن تصنع ملفا صغيرا من نوع XML، ويخزن هذا الملف على الانترنيت حتى تلتقطه برامج البودكاست، ثم تبث هذه الملفات عبر قناة ثابتة للبث الصوتي-المرئي.[2]

إجرائيا: هي عبارة عن محتوى إعلامي متنوع يخوض في العديد من المجالات ينتمي إلى الإعلام الجديد، يقوم بإنشائه هواة عبر قنوات إعلامية، موجه إلى جمهور معين بغرض لفت انتباهه والتأثير فيه.

2-اليوتيوب:

اصطلاحا: عبارة عن موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى المواقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.[3]

---

[1]- **وحدة الإذاعة المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج**، إنتاج البودكاست الإذاعي، ص5.

[2]- علي عبدالفتاح كنعان، **الصحافة الالكترونية**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص36.

[3]- مروى صلاح عصام، **الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل**، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص204.

إجرائيا: هو موقع إلكتروني مجاني، من أشهر المواقع الاجتماعية وأكثرها انتشارا واستخداما، يسمح لمستخدميه مشاركة مقاطع فيديو ذات محتوى متنوع، مع ميزة إضافة التعليقات و الآراء حول الفيديو المطروح.

3-التنشئة الثقافية:

لغة: التنشئة: وهي عملية توجيه الكائن البشري الذي يولد عاجزا وجاهلا اجتماعيا، واكتسابه لثقافة المجتمع الذي يعيش فيه[1]، الثقافة: وهي الفهم وسرعة التعلم، وهي العادات والقدرات التي يكتسبها الإنسان.[2]

اصطلاحا: وتعني أن ينشأ الفرد داخل إطار الثقافة ويغرس القيم الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه، فتنتقل إليه الخبرات من جيل الآباء إلى جيل الأبناء.[3]

إجرائيا: وهي عملية يتم من خلالها بناء معارف الفرد وذلك عن طريق اكتساب معلومات وثقافات وعلوم مختلفة، وباستعمال العديد من الطرق والوسائل.

4-الطالب الجامعي:

لغة: في لسان العرب ابن منظور: جمع طلبة طلاب ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء.[4]

[1]- صادق عباس الموسوي، **التنشئة الثقافية والالتزام الديني**، مركز الحضارة لتنمية الفكر الاسلامي، بيروت، 2017، ص22.

[2]- ناصر بن سعيد بن سيف السيف، **مفهوم علم الثقافة الاسلامية**، دار كتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص5.

[3]- علي عبدالفتاح كنعان، **الإعلام والمجتمع**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006، ص53.

[4]- أبي العقل جمال الدين محمد بن مكرم إبن منظور، **لسان العرب**، دار صادر، بيروت، مجلد7، 2004، ص239.

اصطلاحا: هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجاربه واختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جدا.[1]

إجرائيا: هو مجموعة المثقفين والذين لهم درجة علمية عالية بالنسبة للمجتمع، وهو ذلك الشخص الذي يزاول دراسته في تخصص ما.

5-قناة مساحة:

قناة مساحة قناة عربية ناجحة بامتياز تخص الشاب المغربي والعربي يوسف أعبو مدير القناة، اشتهرت بتقديم محتوى هادف ومتنوع للمشاهد العربي فمن خلالها يستطيع إكتساب كم هائل من المعلومات الحصرية والمتنوعة التي تعود عليه بالنفع والإفادة، محتوى قناة مساحة يتكلم ويتحدث في كافة المواضيع والمجالات.[2]

عاشرا: الدراسات السابقة:

من خلال إطلاعنا على العديد من الدراسات وبحثنا المتواصل حول موضوع دراستنا لم نجد دراسة سابقة بدرجة ماجستير ودكتوراه حول برامج البودكاست، لذلك لجأنا إلى دراسات مشابهة حتى نستقي ما يفيدنا من معلومات ونتائج توصل إليها الباحثون قبلنا:

أ- الدراسة الأولى: **بعنوان تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة الإعلام في جامعة الكويت، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط- للطالب مطلق سعد العميري- 2010-2011.**

---

[1]- عاهد حسين الصفدي، **دقات على الباب العتيق مقالات إجتماعية**، دار كتاب للنشر، الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص44.

[2]- 2021/02/15، 18:15، https://www.hamzarizki.com/

حاول من خلالها الباحث التعرف على تأثير المدونات الإلكترونية الكويتية على اتجاهات طلبة قسم الإعلام في جامعة الكويت، من خلال طرح الأسئلة التالية:

1- ما مدى انتشار واستخدام المدونات الإلكترونية من قبل الشباب الجامعي؟.

2- ما تأثير المدونات الإلكترونية على اتجاهات الشباب من طلاب جامعة الكويت على الصعيد الثقافي والعلمي؟.

3- ما تأثير المدونات الإلكترونية على اتجاهات الشباب من طلاب جامعة الكويت على الصعيد الديني والأخلاقي؟.

4- ما تأثير المدونات الإلكترونية على اتجاهات الشباب من طلاب جامعة الكويت على الصعيد السياسي والاجتماعي؟.

5- هل هناك ضوابط حكومية أو رسمية متبعة ومطبقة في جولة الكويت تحكم علمية تصفح وإنشاء المدونات الإلكترونية في الكويت؟.

والتي توصل الباحث من خلالها إلى النتائج التالية:

1. أدت النظم الرقمية دورا بارزا تمثل في مساهمتها بزيادة سرعة عمليات معالجة البيانات والإشارات مهما كان حجمها مما نتج عنه سرعة في الاتصال ونقل المعلومات وقدرة هائلة على تخزينها.

2. على الرغم من التشابه النسبي بين وظائف الاتصال الإلكتروني والأنواع الأخرى من الاتصال إلا أن الأولى أكثر تعقيدا وأهمية من حيث توسعها وامتدادها إلى أعداد غير محدودة من الأفراد والجماعات مما أعطاها ميزة تحقيق إشباع الحاجات لديهم سواء المادية أو المعرفية عن أنواع الاتصال الأخرى.

3. ساعدت تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني المجتمعات المغلقة على الانفتاح والتواصل مع العالم وتبادل الأفكار والخبرات التي لم تكن تصلهم من قبل ظهور هذه التكنولوجيا.

4.يمكن القول بأن المدونات الإلكترونية هي ظاهرة إجتماعية أكثر منها تكنولوجية وذلك بفضل ما يتم من خلالها من تواصل وتفاعل وتبادل معرفي في مختلف أنحاء العالم.

5.من أهم أسباب انتشار المدونات الإلكترونية في المنطقة العربية مساحة الحرية التي قدمتها للتعبير والكتابة التي أعطت الفرص للعديد من الكتاب والمهتمين من طرح ومناقشة القضايا العامة والوطنية دون أن يتعرض كتابها للمساءلة أو القيود.

6.حوالي 31% من حركة التدوين والمدونات كانت في دولة الكويت.

نقاط التشابه والإختلاف:

– تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في أن التدوين الالكتروني عبارة عن نشر وتحرير الكتروني عبر صفحات الويب، أما البودكاست فهو عبارة عن مقاطع فيديو تنشر عبر اليوتيوب أو مواقع التواصل الاجتماعي.

– تلتقي هذه الدراسة في الكثير من الجوانب مع دراستنا الحالية حيث تهدف إلى التعرف على تأثير المدونات الإلكترونية على اتجاهات الطلبة على الصعيد الثقافي، فيما تختلف مع دراستنا في أن هذه الدراسة تتجاوز دراستنا من خلال التعرف على تأثيراتها العلمية والدينية والأخلاقية والسياسية كذلك، بينما تركز دراستنا على الجانب الثقافي فقط واتجاهات المشاهدين نحو ماتقدمه برامج البودكاست وقناة مساحة تحديدا.

– فيما تتفق الدراستين كذلك على المنهج المستخدم من خلال اختيار المنهج المسحي باعتباره الأنسب لدراسة مثل هاته المواضيع، في حين تضيف هذه الدراسة المنهج الإستقرائي كمنهج ثاني إضافي.

– بالنسبة لمجتمع الدراسة ففي هذه الدراسة اختار الباحث مجتمع طلبة قسم الإعلام في

جامعة الكويت، بينما حددنا مجتمع البحث في دراستنا هو جميع متابعي قناة مساحة عبر اليوتيوب ، بينما تمثلت عينة الدراسة في الطلبة الجامعيين المتابعين لقناة مساحة ومضامينها.

– قام الباحث في هذه الدراسة بإختيار الإستبيان كأداة رئيسية للدراسة وهذا ما ينطبق مع دراستنا أيضا لكن تجاوزنا هذا من خلال أننا استعنا أيضا بمقياس ليكرت كأداة مساعدة من أجل قياس اتجاههم نحو قناة مساحة.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في النتائج المتحصل عليها خاصة من ناحية إبرازه للمدونات الإلكترونية والدور الذي تلعبه في الساحة العربية خاصة، وبعض المعلومات المهمة حول المدونات الإلكترونية وكذا المقارنة بين نتائج هاته الدراسة ودراستنا للخروج على بعض التأكيدات حول الملامح العامة لظاهرة التدوين الإلكتروني خاصة المرتبطة بالفيديو، وطريقة استخدام الباحث لمنهج الدراسة بحكم اختيارنا للمنهج نفسه والأسلوب المتبع في تطبيقه لأداة الاستبيان، والانطلاق من هذه الدراسة من أجل التوسع أكثر والأخذ بالموضوع من جانب آخر متعلق بالفيديو كوسيلة أخرى للتعبير.

ب– الدراسة الثانية: تحت عنوان: **التدوين الإلكتروني في الجزائر الواقع والتحديات، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011–2012، من إعداد الطالبة: زعيم نجود.**

تمحورت الإشكالية الرئيسية في هذه الدراسة حول: ما واقع التدوين الإلكتروني في الجزائر؟ وما هي التحديات التي يواجهها؟.

والتي تندرج تحتها الفرضيات التالية:

1. يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية الآتية: معظمهم شباب وذكور، ذوي مستوى تعليمي عال، ويمتلكون مهارات عالية في التعامل مع الانترنيت ومعظمهم يقطنون بالعاصمة.

2. يعتبر دافعا للترفيه والتدوين الإلكتروني أهم دافعين (وعلى التوالي) لدى المدونين الجزائريين.

3. يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: من حيث عادات التدوين: المدونون الجزائريون بدؤوا متأخرين في التدوين وهم غير منتظمين في ممارسته، ومن حيث أنماط التدوين: يدونون

في مواضيع متنوعة، ويختبئون وراء أسماء مستعارة، ومعظمهم يدون باللغة العربية ولم يلقى تدريبا حول التدوين، ومن حيث تفاعلهم مع جمهورهم، يتفاعلون مع زوارهم بأكثر من وسيلة ومعظمهم قراء للمدونات.

4. توجد عوائق تقنية وإجتماعية تعيق التدوين الإلكتروني في الجزائر من وجهة نظر المدونين الجزائريين.

ومن بين النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

نقاط التشابه والاختلاف:

– ركزت الدراسة على الكشف عن عادات وأنماط استخدام المدونيين لهذه الوسيلة الجديدة وهذا ما ينطبق فعلا مع دراستنا، في حين تجاوزت دراستنا هذه النقطة في معرفة مساهمة مضامين قناة مساحة في زيادتها للرصيد الثقافي للمشاهدين والمتابعين لها والتطرق إلى دراسة اتجاهات المشاهدين نحو هذه البرامج.

– تطرقت الدراسة إلى استخدام مجموعة من الفرضيات لدراسة موضوعها، بينما دراسنا فقد استخدمنا مجموعة أسئلة.

– نقطة الإلتقاء الأخرى تكمن في أن كلا الدراستين تندرجان ضمن البحوث الوصفية معتمدتان على المنهج المسحي كمنهج ملائم لمثل هاته الدراسات.

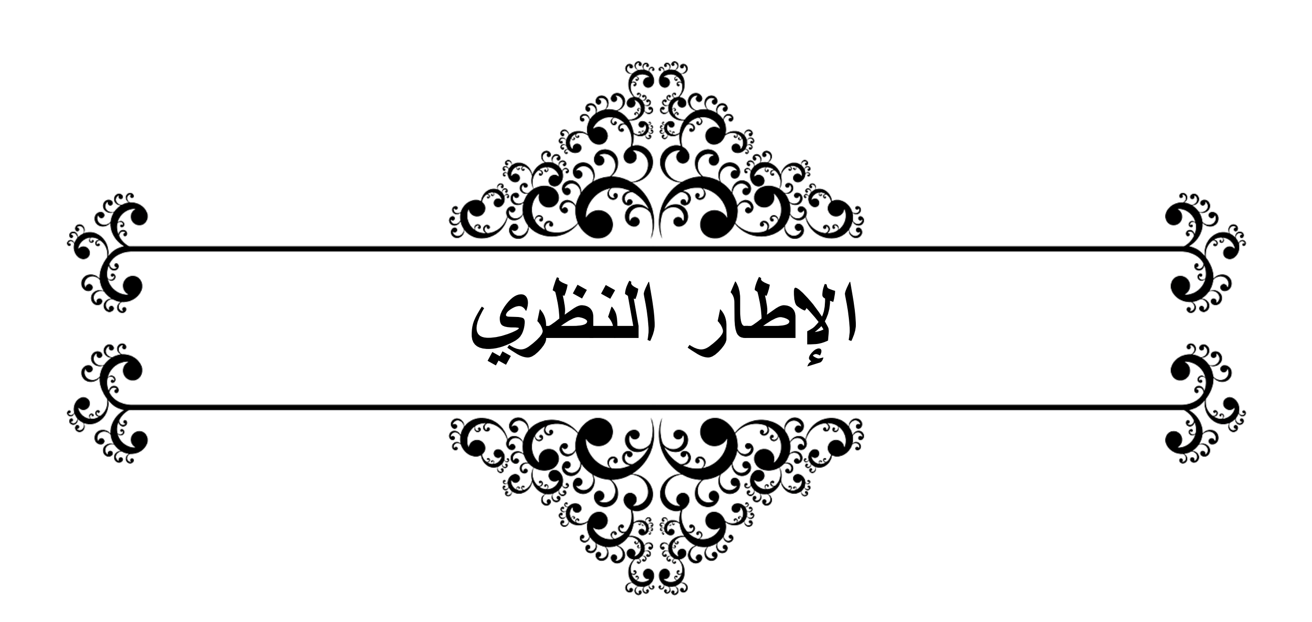
– تمثل مجتمع البحث الذي اختارته الباحثة في المدونيين الإلكترونيين، بينما كان مجتمع دراستنا هو المتابعين لقناة مساحة عبر اليوتيوب.

– عينة الدراسة كانت عينة الصدفة في حين أن العينة المختارة لدراستنا هي العينة العشوائية البسيطة.

– اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداتين وهما الملاحظة والاستبيان، أما بالنسبة لدراستنا فقد إعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية بالإضافة إلى مقياس ليكارت لدراسة اتجاهات المشاهدين نحو هذه البرامج.

وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال فهم أكثر لموضوع التدوين الإلكتروني خصوصا في البلدان العربية، وكذلك فقد استفدما من المنهج المستخدم اضافة إلى قراءة أهداف وأهمية الموضوع التي جعلتنا نفهم طبيعة موضوعنا وأهميته، ومن خلال الإطلاع على الاستمارة.

وإنطلاقا من النتائج المتوصل إليها كذلك، خاصة وأن التركيز الأهم في كلتا الدراستين يتمثل في استخدام هذه الوسيلة والتأثيرات الناجمة عنها.



الإطار النظري

المبحث الأول: مدخل إلى الثقافة

تمهيد:

لا يختلف اثنان على أن الثقافة ركيزة أساسية لبناء سليم وصحيح للمجتمع، وبما أنها مجموع من النتاج الفكري والعلمي والمعلوماتي والمرآة العاكسة للفرد ومحيطه، من خلال عاداته وتقاليده والقيم التي يبنى عليها والأسلوب الذي يجب أن يتحلى به الأفراد، حيث أنها ذات معنى واسع يشمل جميع السمات التي تميز مجتمعا بعينه على آخر.

يمكن القول أن الثقافة بإمكانها أن تجعل الإنسان ذو عقلانية والتزام بمبادئ وقدرة على اكتساب كم كبير من الأفكار وتحليلها وتفسيرها بناء على ما تم تعلمه واكتسابه، ومع التطور التكنولوجي الحاصل أصبح من السهل بناء قدر كبير من المعارف والعلوم والتعرف على كل ما يرتبط بالثقافة كأساس فعلي، إضافة إلى تعلم ثقافات مجتمعات أخرى لتوسيع دائرة التفكير الذهني، وبناء رؤى جديدة حول مختلف الشعوب حول العالم.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة

لغة: إن للفعل الثلاثي العربي (ثقف) (يثقف) ما يربو عن عشرة معان ذات دلالات مختلفة، تتفاوت قربا وبعدا عن مدلول كلمة ثقافة المتداولة.

ومن بين هذه المعاني مايلي:

✓ المعنى الأول: جاء على سبيل المجاز قولهم ثقف الولد: إذا أدبه وهذب أخلاقه، قال الحريري
في المقامات "صحبني غلام قد ربيته إلى أن بلغ أشده وثقفته حتى أكمل رشده". وقال الشريشي في شرح المقامات "ثقفته: قومته و حذقته".

✓ المعنى الثاني: سرعة حضور الشيء في الأذهان، وفي ذلك قوهم فلان (ثقف لقف)، أي حاضر البديهة سريع الإيجاد للكلمات التي يعبر بها عن أفكاره في كل حين.[1]

✓ المعنى الثالث: لسان العرب يقول في المجلد العاشر: "يقال ثقف الشيء وهو سرعة التعلم".

✓ المعنى الرابع: العلامة فريد وجدي يقول في (دائرة معارف القرن العشرين/ المجلد الثاني): ثقف يثقف ثقافة: فطن وحذق، وثقف العلم في أسرع مدة أي أسرع أخذه.[2]

اصطلاحا: يمكن القول أن مفهوم الثقافة يشير إلى السمات السلوكية المكتسبة عن طريق التعلم لجماعة من الناس،[3] فهي بمعنى مجموع التفاعلات والعلاقات الاجاتماعية. التي تحدد السلوك، والمقصود هنا أن الثقافة ترتبط بأبعاد التعلم والإبداع والميزات التي يكتسبها الشخص من خلال إطلاعه وتعلمه .

---

[1]– أحمد بن نعمان، **هذه هي الثقافة**، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، برج الكيفان، الجزائر، د س ن، ص19.

[2]– مالك بن نبي، **مشكلة الثقافة**، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2000، ص19.

[3]– فاروق مصطفى اسماعيل، **الانثروبولوجيا الثقافية**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الاسكندرية، 1980، ص101.

- ولعل أحد أهم التعاريف الخاصة بالثقافة وأبرزها هو تعريف **تايلور** الذي حدد بأنها:

"ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادات والقدرات، والعادات التي يكتسبها الفرد، كونه عضوا في المجتمع".

فالثقافة عبارة عن مجموعة من الأفكار المشتركة، ومنظومة من المفاهيم والقوانين والمعاني، يقوم بها ويعبر عنها بطريقة معينة مجموعة من الأشخاص داخل مجتمع معين".[1]

ومن خلال ما جاء في التعريفات السابقة، يمكن القول أن المتفق عليه هو أن الثقافة مكتسبات معرفية مختلفة ومتنوعة في العديد من المجالات، يحصل عليها الفرد ويكتسبها من خلال أنه عضو من المجتمع أي من خلال اندماجه واحتكاكه مع الآخرين وبذلك يكون بمقدوره التعلم أكثر وبناء ثقافة ومعارف أكبر.

المطلب الثاني: نشأة الثقافة وتطورها

لم تشهد كلمة ازدهارا وانتشارا ككلمة الثقافة، وليس هناك مفهوم أكثر تداولا واستخداما كمفهوم الثقافة، ومع ذلك يبقى الغموض والالتباس متلازمين كلا طرح الموضوع للنقاش، وهناك بحوث تخصصت في رصد نشأة المفهوم وتطوره من الناحية التاريخية، وأخرى ركزت على الجانب المعرفي.

وقد استعملت كلمة "ثقافة" بكثرة في اللغة الفارسية، وبمفاهيم متنوعة وتعابير مختلفة ومتقاربة في ما بينها، تتكون هذه الكلمة من مفردتي "فر" و "هنك".

- "فر" (بفتح الفاء وسكون الراء) بمعنى الشأن، والشوكة والعظمة، والجدارة، والجمال، والبهاء...

---

[1]- نبيل الحسني، **الانثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية**، الأمانة العامة المقدسة، العراق، 2009، ص22.

- كلمة "هنك" مشتقة من "تهنك" الأوستائية بمعنى السحب.
- وقد وردت مفردات مركبة من قبيل "فرهنك" أ, "فرهنج" بمعنى العلم، والمعرفة، والعقل، والأدب، والرفعة، والحكمة...[1]

وقد اكتسبت كلمة ثقافة (culture) معناها الفكري في أوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر. فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطى الطقوس الدينية لكنها في القرن السابع عشر كانت تعبر عن فلاحة الأرض، ومع القرن الثامن عشر اتخذت منحى يعبر عن التكوين الفكري عموما، وعن التقدم الفكري للشخص بخاصة، وعما يتطلبه ذلك من عمل، وما ينتج عنه من تطبيقات، هذا هو المعنى الموجود في المعاجم الكلاسيكية. ولكن انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، أكسبها لأول مرة، وقبل رجوعها إلى فرنسا، مضمونا جماعيا.

فقد أصبحت تدل بخاصة على التقدم الفكري الذي يتحصل عليه الشخص أو المجموعات أو الإنسانية بصفة عامة. أما لجانب المادي في حياة الأشخاص والمجتمعات فقد أفرزت له الألمانية كلمة "حضارة".

ومع ذلك فإن مفهوم الثقافة سوف يمر بتحول آخر عند انتقاله من اللغة الألمانية إلى اللغة الإنكليزية، وقد قامت بهذه الاستعارة الانثروبولوجيا الإنكليزية وتحديدا مع تايلور صاحب أشهر تعريف للثقافة، وصلت الانثروبولوجيا في الولايات المتحدة إلى الحد الذي عرفت فيه نفسها كعلم للثقافة.

وفي أوساط علماء الاجتماع الأمريكيين تم اعتماد مصطلح الثقافة بشكل سريع، ونخص منهم سمول (Small)، وبارك (Park)، وبرغس(Burgess)، وعلى الأخص أوغبرن (Ogburn).

[1] – محمد جواد أبو القاسمي، **نظرية الثقافة**، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت،2008، ص19،20.

أما الكلمة في اللغة العربية فإن لفظ "الثقافة" الذي هو ترجمة لكلمة (Culture) الفرنسية التي تدل في معناها الحقيقي الأصلي على "فلاحة الأرض"، إنما هو لفظ لا نكاد نعثر له على أثر في الخطاب العربي القديم، وهو اسم مفعول من "ثقف" بمعنى حذق.[1]

إذا ف"الثقافة" التي يحيل عليها لفظ "مثقف" في خطابنا المعاصر ليست هي كما تفهم في الخطاب العربي القديم، وليست هي بمعناها في اللغات الأوروبية القديمة، لقد تطور استخدام الكلمة إلى أن أصبحت مفهوما له دلالات معرفية خاصة، وأبعادا سوسيولوجية متعددة.[2]

المطلب الثالث: مفهوم التنشئة الثقافية

هي عملية تشكيل الإنسان عن طريق التعليم والتدريب حتى يصير الشخص قابلا للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة.[3]

ترجم هذا المصطلح بالتكيف الثقافي في موسوعة علم الإنسان، ويتضمن مفهوم التنشئة الثقافية أن عملية الاندماج في ثقافة معينة وتعلم عاداتها ومعاييرها عملية تستمر إلى ما بعد الطفولة وطوال مرحلة البلوغ.[4]

نستطيع القول أن التنشئة الثقافية تقوم على تنمية العقل والبناء الفكري والعلمي والمعرفي الذي يصل إليه الفرد من خلال الاطلاع على مختلف العلوم والمعارف والثقافات، والحصول على المعلومات المتنوعة في العديد من المجالات.

---

[1] – عبدالغني عماد، **سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة**، إعداد مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006، ص28–30.

[2] – عبدالغني عماد، المرجع السابق، ص28–30.

[3] – أحمد بن نعمان، **سمات الشخصية الجزائرية من منظور الانثروبولوجيا النفسية**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1988، ص56.

[4] – سمي الخليل، **دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة**، دار الكتب العلمية، بيروت، 2016، ص75.

المطلب الرابع: أهمية الثقافة

1) أن لها تأثير كبير على تشكيل الفرد، من خلال ما يكتسبه ويتعلمه من أفكار وقيم.
2) تزود الثقافة الفرد بالمعرفة وطرق التفكير وأساليب العمل وأنماط السلوك المختلفة والمعتقدات وطرق التعبير عن المشاعر.
3) تساعد على فهم العالم وتفسيره والسيطرة عليه، والتحكم فيه في حدود إمكانياته.
4) تسهل عملية التفاعل الاجتماعية بين الأفراد ، فالفرد في أي موقف اجتماعي يتصرف بناء على معرفته بتوقعات الآخرين منه وتفسيره الشخصي للموقف ودوره الاجتماعي ومكانته الاجتماعية في علاقته بالآخرين الذين يتفاعل معهم.
5) تمثل قوة تشكل شخصية الإنسان، أي نمط سلوكه ومستويات طموحه ووعيه الاجتماعي.
6) تمثل ضرورة إنسانية عامة ولازمة لرقي المجتمعات وتقدمها.[1]
7) بواسطة الثقافة يستطيع الفرد أن يفهم ويستوعب ويستجيب فكريا وعاطفيا لما يدور حوله من أمور، أي أنه وبحكم ما يملكه من معلومات ومعارف يستطيع تسيير حياته
8) أنها تنتقل عبر الأجيال، الأمر الذي يجعل الأفكار والقيم والمعتقدات عادة مفروغ منها وطبيعية أكثر منها مادة تعليمية.
9) أنها تحدد هوية الفرد وشخصيته، وتجعله جزءا من الحياة الكلية للجماعة التي ينتمي إليها،[2] فلكل مجتمع خصائصه ومميزاته ومن خلال ما يكتسبه سيجعل له هوية.

---

[1]– حسين عبدالحميد أحمد رشوان، **الثقافة دراسة في علم الاجتماع الثقافي**، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2006، ص61.

[2]– ديفيد انغليز وجون هيوسون، **مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة**، ترجمة لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2013، ص18،15.

المطلب الخامس: علاقة الثقافة ببعض المفاهيم

أ/ الثقافة والحضارة: هناك علاقة بين الثقافة والحضارة تزداد توترا وصراعا في عصر العولمة الذي طفت فيه فكرة صراع الحضارات، ولقد تناول أ.محمود أمين العالم تلك القضية بأسلوب فلسفي رائع أتفق معه في كثير من جوانبه، حيث ربط بين الثقافة والحضارة والهوية والعولمة، ولقد أكد على"أن هناك تفاعلا وتصارعا تفاضلا وتواصلا، حوارا وصراعا تراكما وتجاوزا، بين الثقافات المختلفة مع كل توسع ثقافي أو حضاري جديد في مجرى التاريخ الإنساني العام.

أي أن مصطلح العولمة في عصرنا الراهن هو تعبير عن ظاهرة تاريخية موضوعية تمثلت في البداية، في ثقافة- بالمعنى الأنثروبولوجي- تخلقت قي رحم الأنساق الإقطاعية في أوروبا في القرن السادس عشر الميلادي. وتتسم بنمط إنتاجي جديد مختلف هو نمط الإنتاج الرأسمالي الذي أخذ نتيجة لطبيعته التوسعية التنافسية داخل أوروبا وخارجها.[1]

ب/ الثقافة والهوية: ترتبط فكرة الهوية بإحكام إلى فكرة الثقافة، والهويات يمكن أن تتشكل عبر الثقافات لرئيسية والثقافات الفئوية التي ينتمي إليها الأفراد أو التي يتشاركون فيها.

والعديد من نظريات الهوية ترى العلاقة بين الثقافة والهوية تأخذ أشكالا مختلفة.

فالباحثين الذين تأثروا بالنظريات الحديثة للثقافة والهوية ينظرون إلى الهوية باعتبارها نشأت بطريقة واضحة من الانخراط في ثقافات وثقافات فئوية معينة...، فمثلا ستيفن فروش stephen frosh، يعتبر أن الهوية إفراز من الثقافات ولكنها لا تتكون منها بتلك البساطة.

---

[1]– نهلة ابراهيم، **الثقافة في مواجهة العصر قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي**، الرواد للكمبيوتر والتوزيع، الاسكندرية، 2008، ص40.

والأفراد حين يطورون هوياتهم إنما ينجذبون إلى المعطيات الثقافية الموجودة في الشبكة الاجتماعية المباشرة لهم وتلك الموجودة في المجتمع ككل، وعملية الهوية تبعا لذلك ستؤثر عليها بشكل كبير جميع التباينات والأمزجة السائدة في البيئة الثقافية والاجتماعية المحيطة.[1]

ج/ الثقافة والتكنولوجيا: أصبح من المتفق عليه أن لكل ظاهرة شقها المعلوماتي، وأن كل معرفة علمية لا تدين للمعالجة الآلية بواسطة الحواسيب الآلية مآلها إلى الزوال، وتشير الدراسات إلى أن التطور المعرفي في مجتمع المعرفة سوف يشهد نقلات نوعية جديدة...

استطاعت المعلوماتية التقريب بين علوم اللغة والإنسانيات والعلوم الطبيعية انطلاقا من أن لكل ظاهرة علمية لها شقها اللغوي، وأن اللغة عنصرا أساسي في فهم رموز أي علم أو تخصص أيا كان،

وتدخلت التكنولوجيا تدخلا واضحا في كل العلوم، بل تجاوزت ذلك إلى ابتكار علوم جديدة لم تكن موجودة من قبل، وما كان لها أن توجد لولا وجود التكنولوجيا.[2]

---

[1]– هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافية والهوية**، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2010، ص 14،15.

[2]– محمود الضبع، **الثقافة والهوية والتكنولوجيا**، مكتبة الاسكندرية، مصر، 2016، ص46.

المبحث الثاني: آليات الثقافة

المطلب الأول: وظائف الثقافة

للثقافة وظائف متعددة، من أهمها مايلي:

أ- **الوظيفة الاجتماعية:** تتمثل الوظيفة الاجتماعية للثقافة بما يلي:

1- توحيد الناس في مجتمع خاص بهم، وذلك من خلال تراكيب اللغة والرموز والمعتقدات والقيم وغيرها، حيث تبدو الثقافة كعالم ذهني وأخلاقي ورمزي يشترك فيه أعضاء المجتمع، وبفضله يتسنى لهم التواصل وتحقيق الانتماء إلى كيان واحد.

2- تأطير الناس من خلال التراكيب المؤسسية الاجتماعية، ومن خلال هذه التراكيب تنسج العلاقات الاجتماعية وتتحقق المصالح.

3- المحافظة على المجتمع وضمان استمراريته وتطوره، إذ من المعلوم أن لا مجتمع دون ثقافة، ولا ثقافة دون مجتمع، كما أن استمرار الحياة في المجتمع هو استمرار لتكيف الفرد مع بيئته وبخاصة الثقافية منها.

ب- **الوظيفة الفردية (الإنسانية):** تتمثل الوظيفة الإنسانية بما يلي:

1- تكوين أو إنتاج الشخصية الثقافية للفرد، والقادرة على أن تمثل ثقافة مجتمعها وفهمها واستيعابها، ما يساعده على التكيف مع مجتمعه، وإقامة علاقات اجتماعية طيبة مع أفراده داخل الثقافة الواحدة.[1]

2- حماية الإنسان من المخاطر والكوارث الطبيعية والبيئية، والثقافة هي أداة الإنسان في حل مشكلاته المختلفة التي يواجهها في إطار البيئة.

3- مساعدة الفرد في التنبؤ بالأحداث المتوقعة والمواقف الاجتماعية المحتملة،...ومعنى هذا أننا إذا عرفنا الأنماط الثقافية التي تسود الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، أمكننا أن نتنبأ بأنه سيسلك بحسب هذه الأنماط الثقافية في معظم المواقف التي يواجهها.

---

[1]- دلال استيتية، **التغير الاجتماعي والثقافي**، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص237.

ت- **الوظيفة النفسية:** وهي وظيفة "القولبة" لأفراد المجتمع، أي اكتساب هؤلاء أنماط السلوك وأساليب التفكير والمعرفة وقنوات التعبير عن العواطف والأحاسيس ووسائل إشباع الحاجات الفيزيولوجية أو البيولوجية والروحية.[1]

والخلاصة من خلال كل ما قيل في وظائف الثقافة ومهما اختلفت أصنافها وتعددت، فإن هذا الجزء يبين كيف تعمل الثقافة في أي مجتمع على ضبط وتوجيه الأفراد وسلوكهم، حيث تمكن الإنسان من القيام بأعمال يعجز عنها غيره من الكائنات الأخرى، باعتباره الكائن الوحيد الذي يخلق ثقافته ويحافظ عليها وينميها ويورثها للأجيال اللاحقة.

المطلب الثاني: عناصر ومكونات الثقافة

تختلف مكونات الثقافة أو بالأحرى ما يمكن للباحثين رصده باختلاف الظاهرة محل الدراسة، ومن بين مكونات الثقافة نجد:

1- **السمة الثقافية:** وهي أصغر وحدة في الثقافة وهناك سمات مادية وسمات غير مادية، والسمات الثقافية لها أهمية كبيرة، فالعلماء يستطيعون عن طريق هذه السمات المقارنة بين ثقافات الشعوب المختلفة والتعرف على ما قد حدث من تأثير متبادل بينها، هذا ويهمنا أن نشير هنا أيضا إلى أن السمة الثقافية لا تعيش مستقلة عن غيرها من السمات، فهناك تأثيرات متبادلة بين السمات الثقافية المختلفة.[2]

2- **المركب الثقافي The culture complex** : فهو عبارة عن مجموعة من سمات ثقافية مرتبطة ارتباطا عضويا في منطقة ثقافية معينة، ومن الممكن أن ترتبط سمات المركب الثقافي عند انتشارها، فينتقل المركب الثقافي ككل.

---

[1]- دلال استيتية، المرجع السابق، ص237.

[2]- نهلة ابراهيم، المرجع السابق، ص55.

3- **النمط الثقافي The culture Pattern**: قدم كروبير تعريفا له مؤداه أن الأنماط الثقافية The culture pattern هي روابط أو صلات قائمة بين السمات الثقافية يفترض أنها تشكل بناءا محددا ومتماسكا، يؤدي دورا وظيفيا، ويكتسب قيمة تاريخية ويحقق استمرارا في الوجود.

4- **النمط الثقافي العام The main culture Pattern**: فهو يعبر عن مجموع السمات الثقافية العامة التي يشترك فيه أعضاء مجتمع معين أو الغالبية العظمى منهم، والتي تمثل الشخصية الأساسية للمجتمع، والتي تجمع أعضاءه في سمات مشتركة على اختلافهم، وهي ليست ثابتة وإنما هي خاضعة للتغير، فهي ليست دائمة الاستمرارية، ولا تتغير تغيرا كليا مطلقا.[1]

فمن خلال المزج بين العناصر السابقة المكونة للثقافة تعرف وترسم الملامح العامة التي يتميز بها كل مجتمع، وطريقة الحياة التي يتبعها في جميع الجوانب الفكرية والمادية، وعن طريقها يحاول الفرد أن يحافظ على كيانه ويضفي عليها معلومات وثقافات ومعارف جديدة من خلال احتكاكه بالآخر، وظهور خيارات جديدة له الحرية في تجريبها وتبنيها أو تركها وعدم الأخذ بها كطريقة تصفيف الشعر أو تعلم لغات ولهجات أو موضة ارتداء الملابس وغيرها من خيارات أخرى، كذلك عن طريق تبادل الأفكار والتعلم المستمر واكتساب مهارات فردية أيضا، من أجل الوصول إلى تنمية العقل وتغذيته، إضافة إلى أن الخبرات والتجارب التي يمر بها الفرد سبب أيضا في اختلاف ثقافة الفرد واهتماماتهم، حيث تعتبر هذه العناصر عناصر السابقة عناصر متشابكة ومترابطة فيما بينها ارتباطا عضويا.

[1]- نهلة ابراهيم، المرجع السابق، ص55.

المطلب الثالث: أنواع الثقافة

جدول رقم (01) يوضح أنواع الثقافة

نوع الثقافة / المفهوم والخصائص	الثقافة النخبوية	الثقافة الشعبية	الثقافة الجماهيرية
المفهوم	تتضمن الثقافة النخبوية الأعمال الراقية التي يقدمها المبدعون في مجالات الفنون المختلفة من أدب، شعر، مسرح...	يطلق عليها أيضا اسم الفلكلور وهي التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر شفويا ك: الشعر الملحون، الأساطير...	الثقافة الجماهيرية هي المواقف الجديدة التي تنشرها وسائل الإعلام والاتصال لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية.
المرسل	تلقن عن طريق العلماء والمثقفين والأكاديميين والأساتذة، إما عن طريق تأليف الكتب أو إقامة الندوات والملتقيات والمناظرات أو التدريس	(راوي القصة مثلا) له جمهور مباشر يجالسه وجها لوجه ويتفاعل معه، كما أن الجمهور بكل أفراده الحاضرين هم مرسلون ومستقبلون في الوقت نفسه.	المرسل في أغلب الحالات لا يرى جمهوره سواء، كان كاتبا، صحفيا ومذيعا أو مقدما للأخبار في التلفزيون، وعادة ما يكون له مصدره الأصلي.[1]

[1] – الخنساء تومي، دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال، جامعة بسكرة، 2017، ص71.

	بالمعاهد...		
المستقبل	يشترط في من يتحصل على هذا النوع من الثقافة الوصول إلى مستوى ثقافي معين مصحوب بمعرفة جيدة بالقراءة والكتابة وحتى التفكير.	جمهور هذه الثقافة هم أهم أفراد المجتمع المتفاعلون فيما بينهم مباشرة دون وسيط أي بعبارة أخرى هناك وحدة بين المبدع والمشاهد.	جمهورها عريض ومشتت وغير معروف ولا يستطيع الاجتماع في مكان واحد ولا يفترض أن تكون له ثقافة عالمية.[1]

[1]– الخنساء تومي، المرجع السابق، ص71.

الرسالة	الرسالة في هذا النوع من الثقافة تكون إما شفهية عن طريق الإلقاء والتدريس في شكل محاضرات، أو مكتوبة أو منشورة، أو مذاعة ويتسم مضمونها بأنه جاد وهادف تعليمي وتربوي، تثقيفي وفكري ذو مستوى عال.	الشفهية خاصية متأصلة في طبيعة النص الشعبي (الرسالة)، والمضمون خال من البهرجة والأعمال الأدبية والفنية الهابطة.	تنتج الثقافة الجماهيرية رسالة متسلسلة ومتشابهة تخضع لمقاييس التقنية الفنية كما تعتمد الرسالة على البهرجة والأعمال الفنية المبتذلة التي تخضع للظروف الآنية.[1]
الوسيلة	وسائلها متعددة ولكن أبرزها المدارس والجامعات ودور العلم والأكاديميات والملتقيات والندوات والدوريات.	يعبر الفلكلور عن تفاعل مباشر بين الناس ويكون عن طريق اللقاءات والجلسات...	النص المذاع أو المنشور أو المرئي يصل إلى المتلقي من خلال وسائل بث إلكترونية...

[1] – الخنساء تومي، المرجع السابق، ص72.

رجع الصدى	يكون بالمناقشات بين مختلف الكتاب والمبدعين والعلماء أو الردود في الكتب أو الصحف والمقالات المتخصصة.	موجودة عن طريق التفاعل المباشر والحي في المكان والزمان بين الأفراد عن طريق الحكايات والجلسات والمشاركة.	رجع الصدى والتفاعل على المباشر يكاد ينعدم في الثقافة الجماهيرية حيث تفصل المرسل عن الجمهور حواجز لا يستطيع من خلالها أن يتفاعل معهم[1]

[1]– الخنساء تومي، المرجع السابق، ص73.

المطلب الرابع: الاتصال والثقافة

في البداية علم هال وزملاؤه الآخرون علماء الأنثروبولوجيا في كادر معهد الخدمة الخارجي طلبتهم حول مفهوم الثقافة وحول التفاصيل ذات المستوى العالي عن حضارات معينة.

وقد ذكر هال بأنه "يبدو أنه لم تكن هناك قاعة "عملية" تترتب على ما يقوم به الأنثروبولوجي أو ينجزه من اكتشافات.

بدأ هال بالالتقاء بجورج تريغر كل يوم بعد الظهر لمناقشة كيفية طرح تصور مفاهيمي للمنهاج الدراسي للانثروبولوجيا في معهد الخدمة الخارجية وبذلك جمع بين المنظورين الانثروبولوجي واللغوي بتوحيد فكري الذي بات يعرف لاحقا بالاتصال عن طريق التداخل الثقافي.

ومن خلال عملهما المشترك فإن هال وتريغر كتبا في العام 1953 كراسا يتعلق بالتدريب لمعهد الخدمة الخارجية بعنوان "تحليل الثقافة"، والذي حاولا فيه أن يطرحا خارطة بقياس 10.10 تتعلق بثقافة معينة وفقا لأبعاد معينة. وقد تم طرح هذه الخارطة في كتاب هال "اللغة الصامتة".

لقد كان الاتصال أحد أهم هذه الأبعاد، وكان التركيز في جهود هال وتريغر المشترك يتمحور حول الاتصال بين ثقافات مختلفة، واستنتج هال بأن الثقافة اتصال والاتصال ثقافة، وشدد هال على النواحي ذات المستوى المنخفض من الزمان والمكان لأنهما قد مارسا تأثيرا على ما يعرف هذه الأيام بالاتصال غير اللفظي.[1] وعليه يمكن القول بأن الإنسان إذا كان صانعا للثقافة فإنه في نهاية المطاف يشكل الثقافة وذلك من خلال مجمل السلوكات والأنشطة والأفعال التي يقوم بها داخل بيئته الإجتماعية، [2]

[1]– عبدالرزاق محمد الدليمي، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص83،84.

[2]– جمال معتوق، **الأنثروبولوجيا: الفروع والمداخل النظرية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016، ص140.

ومن خلال الاتصال باعتباره وسيلة فعالة يتم نقل وتبادل الأفكار والمعلومات من شخص لآخر، يمكن فعلا القول أيضا بأن ذلك التواصل البناء والتبادل المعرفي بإمكانه صنع وتنمية وتنشيط عقل و فكر، وبذلك بناء معرفة وتكوين ثقافة، فالاتصال ثقافة، من خلال ذلك التفاعل الذي ينشئه الاتصال فمن غير المعقول الاستغناء عنه فهو الوسيط المثالي والحلقة الأساسية في التعريف بالثقافة، والثقافة اتصال باعتبار أنها المادة الأساسية فيه وهي الوحيدة التي من شأنها المزج بين مختلف المجالات والمحتويات والمعلومات، ولا يمكن أن يحصل هذا إلا عن طريق الاتصال، خاصة في ظل عصر التكنولوجيا وثورة المعلومات.

المطلب الخامس: الاتجاهات النظرية المفسرة للثقافة

1- **نظرية الغرس الثقافي:** تذكر نظرية الغرس الثقافي أن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الأنماط الثقافية.

وتعتمد هذه النظرية على أنه في مقدور وسائل الإعلام من خلال العرض الاختياري لمسائل والتركيز عليها وخلق انطباعات معينة لدى المتلقين يمكن معها تكوين أنماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة.

وتنفرد نظرية الغرس الثقافي بتقديم تصور لطبيعة الدور الذي تنهض به وسائل الإعلام في تقديم الواقع الرمزي والصور الذهنية للواقع الحقيقي.

وتقوم هذه النظرية على فكرة أن وسائل الاتصال وخاصة التلفزيون، تشكل إدراكات الجماهير والعالم الحقيقي وبنائهم للواقع الاجتماعي من حولهم والأفراد الذين يشاهدون برامج التلفزيون بدرجة أكثر من غيرهم يختلف إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد الذين يكون تعرضهم أقل، ويرجع مصطلح الغرس إلى العملية التي يتم من خلالها زرع صورة معينة، أو رموز الواقع الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال.

وتقرر هذه النظرية، أن عملية بناء الواقع تبدأ من خلال التلفزيون بالانتباه، والمشاهدين لمضمون ما تم بعد ذلك تأتي مرحلة التعلم التي تسبقها عوامل، مثل الانتباه والتذكر والقدرة على الربط بين المعلومات ببعضها البعض، سواء كانت أحداثا أو شخصيات أو معلومات من البيئة، بعد ذلك تأتي عملية بناء الواقع الاجتماعي في إطار المهارات

الشخصية والمعطيات الاجتماعية المحيطة بالفرد، وأخيرا تأتي عملية إدراك الواقع الاجتماعي التي تؤثر على السلوك وتكون بمثابة مرشد للسلوك.[1]

---

[1] – عبدالنبي عبدالله الطيب، **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2014، ص152،151.

2- **نظرية الإنماء الثقافي:** ظهرت نظرية الإنماء الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وتذهب هذه النظرية إلى القول: "بأن مداومة التعرض للتلفزيون-ولفترات طويلة ومنتظمة- تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون، إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه".

وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي "جورج جربنر" Gerbner، من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية Cultural indicators، ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الذليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

أ/ دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

ب/ دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

ج/ دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

يرى "جورج جربنر" أن "الإنماء" هو ماتفعله الثقافة في مجتمع ما Cultivation is what a culture does، فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية وتتعلم، وتتكون الثقافة من مجمل الفنون والعلوم والذين والقانون والمهارات والصور الذهنية التي يعكسها التلفزيون تعميمات لدى الأفراد عن البيئة الإنسانية من خلال بناء رمزي Symbolic Structure، والثقافة عبارة عن نظام من الرسائل والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية وتعيد إنتاجها، فهي تقدم لنا طبيعة الأدوار التي ينبغي أن نقوم بها، من خلال [1] النوع، العمر، والطبقة الاجتماعية، والمهن. كما تتيح لنا نماذج من الشخصيات والاتجاهات والأفكار التي تميزنا وتحد خصائصنا، وتساعد على القيام بسلوكات واعية أو غير واعية،

[1]- حسن عماد مكاوي وليلى حسين، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص299-301.

وتساعدنا على الحكم على الأشخاص غير المعروفين لنا لتجعل منهم أصدقاء أو أعداء نعجب بهم أو نكرههم .[1]

3- نظرية النسبية الثقافية في بناء المعاني: غالبا ما يحدد علماء دراسة الإنسان Anthropology ميدان بحثهم بأنه دراسة المخلوقات البشرية وأصولها والمجتمعات الإنسانية. وقد كان أحد الفروع الأولى لهذا العلم هو علم اللغة. ولما كانت اللغة جزءا هاما من ثقافة الإنسان، فقد كان من الطبيعي لعلماء دراسة الإنسان أن يتبنوا دراستها، ولهذا فإنه يبدو من الصعب أحيانا التمييز بين علم اللغات كتخصص منفصل وبين دراسة اللغة والثقافة في نطاق علم الأنثروبولوجي، ويمكن تلخيص نظرية "سايبر" عن النسبية الثقافية في الفقرة التالية:

"إن اللغة هي دليل للواقع الاجتماعي، فالبشر لا يعيشون في عالم موضوعي فقط، ولا في عالم النشاط الاجتماعي كما هو مفهوم عادة، ولكنهم يوجدون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم، والتي أصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم. ومن الوهم تصور أن الإنسان يتكيف مع الواقع بدون استخدام اللغة، أو أن اللغة هي مجرد وسيلة عرضية لحل مشكلات معينة تتعلق بالاتصال والتفكير. وحقيقة الأمر أن "العالم الحقيقي" هو إلى حد كبير مبني بطريقة لاشعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة. ولا توجد أبدا لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارها يمثلان نفس الواقع الاجتماعي.[2]

4- نظرية التثاقف والثقافتية: تولدت نظرية التثاقف عن بعض تساؤلات الثقافية الأمريكية. ولذلك ليس غريبا أن نلقى ثانية في بنائها الحدود نفسها، لا بل المأزق نفسه الذي في الثقافتية، على هذا النحو يفرط التحليل في التركيز على بعض "السمات" الثقافية،[3]

---

[1]- حسن عماد مكاوي وليلى حسين،المرجع السابق، ص300.

[2]- حسن عماد مكاوي وليلى حسين، المرجع نفسه، ص150،151.

[3]- دنيس كوش، **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، ترجمة منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2007، ص98.

منظورا إليها معزولة، ويبدو أنه ينسى ما كان علماء أنثروبولوجيا مدرسة "الثقافة والشخصية" قد أكدوا وجوده، وهو أن كل ثقافة هي كل نسق، وفضلا عن ذلك، وبسبب أن كل ثقافة وحدة منظمة ومنبنية تكون كل العناصر فيها مترابطة فإن من الوهم، كما يتمنى ذلك ضرب من الإنسانية أن يدعى انتقاء الجوانب المفترضة "إيجابية" من ثقافة لربطها مع جوانب إيجابية في ثقافة أخرى. وذلك بهدف بلوغ نسق ثقافي أفضل، وهي أحكام تثير سلسلة كاملة من المسائل، فهو يبدو ببساطة غير قابل للإنجاز.

وفضل عن ذلك، فإن التأكيد المبالغ فيه لدى بعض الكتاب، بمن فيهم هرسكوفيتس، على ما أسموه البقايا الثقافية، أي على عناصر الثقافة القديمة التي احتفظ بها على حالها ضمن الثقافة التأليفية الجديدة، يمكن أن يفضى إلى نوع من تطبيع الثقافة، على رغم التغيرات الظاهرة تبدو الثقافة بالفعل عندئذ وبالنسبة إلى الفرد وكأنها كما يرد في تعبير متواتر الاستعمال "طبيعة ثانية" ليس بإمكانه التحرر منها، شأنها شأن طبيعته البيولوجية، كان كل غرض الدراسات اللاحقة حول صيرورات التثاقف، تحديدا هو تنسيب هذه المماثلة بين الثقافة والطبيعة وإبراز أهمية ظواهر التقطع في صيرورات التثاقف.[1]

[1] – دنيس كوش، المرجع السابق، ص98.

خلاصة:

إن الأهمية البالغة للثقافة بالنسبة للفرد والمجتمع على حد سواء، جعلت منها أداة مناسبة ومصدرا ثريا للمعلومات والمعارف، بمكوناتها وأبعادها ووظائفها وعلاقاتها، إنها تفكير بحد ذاته، علم لوحده لما تزخر به من مفاهيم عميقة، لما لها من دراسات

إن الجانب الأول للثقافة هو أنها ترتبط بالعادات والتقاليد والقيم والمعتقدات والقوانين التي يبنى عليها أي مجتمع لتميزه عن مجتمع آخر،لما تحمله من خصائص ذات بعد معين، أما الجانب الآخر لها فهو أنها فكر و معلومات وعلوم ومعارف تنمي عقله شيئا فشيئا من خلال ما يكتسبه وما يمكن أن تضيف له من علم قد تغير أفكاره أو تزيد منها أو تجعل له اتجاها خاصا.

المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي حول اليوتيوب

تمهيد:

يعد موقع اليوتيوب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة باعتباره الثاني عالميا من حيث عدد الزيارات فهو يستقبل ما يزيد عن مليار مستخدم يوميا، يتيح هذا الأخير مجموعة لا متناهية من الفيديوهات العالمية والمحلية بشكل مجاني باعتباره فضاء رحب يحوي إبداعات وأفكار الشباب واهتماماتهم.

ولقد أضحى اليوتيوب بوابة لكثير من الناس حول العالم ووسيلة للتفاعل والتشارك ومتنفسا للشباب الذين يريدون طرح أفكارهم ومعلوماتهم حول مختلف المواضيع في شتى الميادين لتأخذ نصيب من المتابعة واهتمام من طرف المشاهدين، والهدف من ذلك وصول رسالتهم وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل.

المطلب الأول: مفهوم اليوتيوب

اليوتيوب واحد من أكثر مواقع شعبية على مستوى مواقع الأنترنت، والتي تجلب العديد من الزوار من حول العالم، والتي توفر لهم المتعة والفائدة بالإضافة غلى ذلك فإنها تتيح الاستفادة من هؤلاء الزوار المخلصين وذلك على غرار الفيسبوك وتويتر بالمتابعة لهم[1].

يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي : بث لنفسك أوذع لنفسك بوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت بمشاركة الفيديو المجاني، إذا تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم لتصوير يومياتهم والكثير منها يتم إنتاجها بطرق احترافية وغير احترافية لدوافع مختلفة سياسية واجتماعية وحتى ربحية وغيرها.

اصطلاحا: هو أكثر المواقع لمشاركة الفيديوهات شهرة والتي تجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة أو طويلة لمعاينتها بشكل خاص أو عام ويعتبر مكان لتبادل الفيديو بين الأهل و الأصدقاء[2].

يعتبر موقع يوتيوب هو أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، كمستخدمين عاديين وهذا الأخير مزال يتطور بشكل سريع[3].

اليوتيوب موقع إلكتروني على شبكة انترنت يتيح للمستخدمين و مشاهدين تحميل ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني بالإضافة إلى متابعة ما تريد مشاهدته من مواضيع مع تفاعل وإبداء آراء.

وقد عرف الدكتور يوسف المقدادي اليوتيوب على أنه موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدرج في تحميل

1- عبد السلام، **أسرار يوتيوب**، مدونة دايرا مجانية،2010، www.2earns.blogspot.com ، ص3.

2- سفيان تومي، **الاتصال في ظل ثورة مواقع التواصل الإجتماعي(اليوتيوب أنموذجا)**، www.researchgate.net، www، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021/03/15:34،12، ص5.

3- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، **الاعلام الرقمي الجديد**، دار الإعصار العلمي، عمان،2014،ص218.

وعرض الافلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها[1].

ويقصد بذلك أن اليوتيوب موقع إلكتروني يساعد على تحميل وتنزيل ومشاركة البرامج والأفلام سواء كانت أفلام عامة أو خاصة التي يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها بإضافة أنها تكون بشكل عام ومجان.

وقد تم تعريفه على أنه موقع لمقاطع فيديو متفرع من " غوغل"، يتيح إمكانية التحميل منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه يزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بغرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها[2].

وهناك من يعرفه بأنه :شركة الإعلامية خاصة بجمهور الانترنت تسمح لهم بمشاهدة مقاطع الفيديو والمشاركة فيها عبر شبكة المعلومات الدولية دون مقابل[3].

وكتعريف الإجرائي: موقع إلكتروني يعرض مقاطع فيديو سواء كانت قصيرة أم طويلة، يساعد على تحميل ومشاركة الفيديوهات بشكل عام ومجاني مع ميزة إضافة التعليقات والآراء حول الفيديو المعروض.

---

[1] – خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية المواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)**، دار النفائس، عمان، 2013، ص43.

[2] – عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، **موقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء، عمان، 2015، ص65.

[3] – عثمان محمد الديلمي، **موقع التواصل الاجتماعينظرة عن قرب**، دار غيداء لنشر وتوزيع، عمان، 2019، ص190.

المطلب الثاني: الخلفية التاريخية ليوتيوب

وقبل تأسيس موقع اليوتيوب، كان نشر مقاطع الفيديو لا يتم إلا عبر البريد الإلكتروني والذي لا يتم مشاهدته إلا لثوان معدودة[1].

ومع بداية الإستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي كان لغرض عرض الصور مشاهدة الأفلام، وقد كان الفرد يتكلف كثيرا لمشاهدة أو تحميل الفيلم عبر الأنترنت، ولكن مع تطور وسائل الاتصال، وتقنيات الحاسوب وبرامج التحميل ظهرت وسائل مبتكرة ورخيصة لتحميل ومشاهدة الأفلام عبر المواقع الإلكترونية، والرائد في هذا المجال كان الموقع اليوتيوب[2].

فالموقع يويتوب هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع تواصل الاجتماعي[3]، وأيضا ظاهرة مذهلة على شبكة الانترنت حيث نمت نمو هائل مثل: **AMAZON** وياهو و غوغل و فايس بوك في غضون بضع سنوات اسمه سطع في عالم الانترنت ليصبح بين عشية وضحاها أكبر مستضيف لملفات الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم[4].

تأسس موقع يوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة **PAYPAL** وهم تشاد هيرلي **CHAD HURLEY** وستيف تشين **STEVE CHEN**، وجاويد كريم **JAWED KARIM** حيث فكر كلا منهم في بداية عام 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل **شين** في سان فرنسيسكو وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجه مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت الفكرة الموقع، وقد

---

[1]- على خليل شقرة، **الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي**، دار أسامة للنشر، عمان،2013، ص91.

[2]- خالد غشان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص43.

[3]- محي الدين اسماعيل محمد الديهي، **تأثير شبكات تواصل الاجتماعي الاعلامية على الجمهور المتلقين**، مكتبة الوفاء لنشر، الاسكندرية، 2015، ص 473.

[4]- عبيدة صبيطي، **الاعلام الجديد والمجتمع**، المركز العربي لنشر وتوزيع، مصر، 2018، ص62.

تلقى المشروع في بدايته تمويلا قدره 11.5 مليون دولار كاستثمار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت في أحد الجراجات (مستودع)[1].

فقد درس **هرلي** التصميم في جامعة إنديانا بولاية (بنسلفينيا)، بينما درس **تشين وكريم** علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي)، أصبح النطاق (**youtube.com**) نشطا في فبراير 2005 ومن ثم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر، أفتتح الموقع كتجربة في ماي 2005 وافتتح رسميا بعد ستة أشهر[2].

وبعد إطلاق النسخة الرسمية للموقع في نوفمبر 2005 ، حيث كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع سنة 2006 أكتوبر حيث قامت شركة غوغل بالاستحواذ على الموقع يوتيوب بصفة ضخمة بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار ويقع المقر الشركة الحالي في مدينة سان برتو بولاية كالفورنيا.

وأول فيديو تم رفعه على يوتيوب كان من نصيب كريم وهو في حديقة الحيوانات خلال أبريل 2005، إن الموقع يوتيوب لم ينطلق على الفور في الأيام الأولى حيث جرب موقع يوتيوب عددا من لبحيل الترويجية لجذب مستخدمين، بما في ذلك عرض الأموال عبر الإعلانات على Craigslist خاصة لنساء اللواتي ينشرنا مقاطع فيديو على الموقع بإضافة إلى أجهزة IPADS المجانية للمستخدمين النشطين عشوائيا كل يوم لمدة شهر مع إنتهاء هذة الفترة أصبح موقع اليوتيوب لسنة 2006 في الصيف، حيث يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا، وكان يضافه إليه 65 ألف مقاطع فيديو كل 24 ساعة، وعدد زواره كان 20 مليون زائر في الشهر وحوالي 700 ألف زائر يوميا[3].

في بداية عام 2008، أصبح من الممكن مشاهدة فيديو اليوتيوب على هاتفك المحمول حيث يعمل فنيا النظام الأساسي على جودة التنسيقات الفيديو المعروضة على

---

[1]- ياس خضير البياتي، **الاعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة**، دار البداية،عمان 2013، ص339-340.

[2]- حسن السداني، محمد المنصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين.**

[3] Alan lastufka and michael w.dean. ; youtube : aninsider ‘s guide toclimbing the charts ;copyright :printed in the united states of america ; p8.

إنترنت وفي ديسمبر أصبح متوفر تنسيق HD، وفي بداية أكتوبر 2009 كل يوم تتم مشاهدة مليار مقاطع فيديو حسب الإحصائيات وقد أصبح الموقع شهير جدا داخل المجتمعات بسرعة فائقة، وفي عام 2010 تمت مشاهدة ألفي مقطع فيديو يوميا واشتراك أكثر من مليار شخص في مختلف يوتيوب والذي أحتفل هذا الأخير بعد ذلك بسنوات الخمس[1].

ولقد أدركت الشركات والناس والسياسين أهمية هذا الموقع، فوقعت قناة **CBS** إيتفاقية مع يوتيوب لبث مقاطع من برامجها تشمل مقاطع أخبارية ولقطات من برامج ترفيهية، كما وقعت غوغل بعد تملكها ليوتيوب إتفاقية مع سوني **MBG** ، ورونوميوزك لتوفير مقاطع فيديو على يوتيوب، مقابل حصة من الإعلانات التي تحصل عليها غوغل من خلال هذه التسجيلات وكذلك وقعت فرق موسيقية إتفاقات مع غوغل لحماية إنتاجها.

وفكرة يويتوب لاقت نجاحا لدى المستخدمين، فكانت بمثابة قنوات خاصة، يبث فيها كل فرد ما يحلو له، لكن بعض العرب استهجنوا بعض الفيديوهات غير الأخلاقية المنتشرة على يوتيوب، فإقترحو إنشاء يويتوب خاص بهم، هو اليويتوب النقي، والموقع لا يختلف عن اليوتيوب كثيرا، غير أن الإختلاف الوحيد ، أن سياسة الموقع ترفض الفيديوهات المخالفة لخصوصيات المجتمع وتعاليم الإسلام، تحت شعار (شاهد.إطمئن.إنشر)، ومعناه شاهد ما ترغب به وأنت مطمئن فلن تجد غير ماهو مباح، وأنشر الموقع بين أصحابك ليستخدموه[2].

وبعد أن أصبح اليوتيوب يحظى بهذه الشهرة العالمية جذب العديد من السياسين ليروجوا لأنفسهم عبر لقطات مسجلة لهم، هذا ما فعله توني بلير رئيس الوزراء البريطاني عندما هنأ الرئيس الفرنسي ساركوزي لفوزه بإنتخابات الرئاسية، وتستخدمه هيلاري كلينتون السناتور الأمريكي منذ تموز 2006 ولها عضوية فيه تحتوى على 79 مقطع فيديو منها مسجل خصيصا ليبث عبر يوتيوب، وموقعها الفرعي في يوتيوب يحمل إسم هيلاري للرئاسة، بينما في لقطة مسجلة من قناة **CNBC** موجودة على يويتوب.

---

[1] Nicolas nova ;youtube ;copyright pearson éducation ;2012 ;p6-7.

[2]- ياس خضير البياتي، المرجع نفسه، ص341.

قال الرئيس الأمريكي جورج بوش إنه يستخدم غوغل أحيانا، وقد قررت الإدارة الأمريكية استخدام اليويتوب لبث أفلام لمكافحة المخدرات، فقد أصبح موقع اليوتيوب يشهد إقبالا كبيرا من الشبان و المراهقين خصوصا من الجنسين، ويعتبر موقع اليويتوب موقعا تعد مكسبا تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قامو بإنشاءه وتأسيسه بحيث أصبح اليويتوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج.

وأصبح تردد إسم اليوتيوب عندما نذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعا مهما على شبكة الأنترنت.[1]

فاليوتيوب ليس مجرد أرشيف من الصور المتحركة، بل إنه أكثر بكثير من مجرد مجموعة سريعة النمو من ملايين الفيديوهات المصنوعة منزليا إنها تجربة عاطفية شديدة لأشخاص صانعي محتوى بأنفسهم[2].

[1]– حسن السوداني، محمد المنصور، **شبكات التواصل الاج وتأثيرها على المتلقين**، مرجع سابق، ص120.

[2] Michael strangelove ;watching youtube (extraordinary videos by ordinary people) ;unioersity of toronto press ; london ;1962 ; p4.

المطلب الثالث: مميزات وخصائص اليوتيوب

يعتبر موقع يوتيوب من أروع الابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة من ناحية مزايا اليوتيوب كتقنية ومزاياه للقائم بالاتصال والتي تتمثل في:
أ)- مميزات اليوتيوب التقنية:

1- عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلام إباحية[1].

وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على يوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو حتى كاميرات هاتف جوال[2].

بمعنى ذلك أن موقع اليوتيوب متاح لكافة الناس، ويستطيع كل من سجل في موقع أن يقوم بتحميل ما شاء من فيديوهات لكن ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع وقد سمح لكثير من يوتبرز التخلص من عناء الترويج بطرق التقليدية بفضل ميزته المجانية.
2- داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (AVI/FLV/MP4...إلخ) أو الأغاني (MP3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر كاميرا الرقمية أو كاميرا هاتف المحمول[3].

---

[1]- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع السابق، ص44.

[2]- علي خليل شقرة، **الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)**، دار أسامة للنشر، عمان، 2013،ص 95.

[3]- خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص44.

وخلاصة ذلك أن الموقع يوتيوب يحتوي خادما ذا مساحة مجانية غير محدودة التي تساعد في تحميل مختلف الأفلام والأغاني والأحداث مباشرة.

3- سهولة الاستعمال والمشاهدة والبحث:

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها[1].

وسهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل مقارنة بغيره من مواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك، أما عن مشاهدة سهولتها من حيث ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع احتفاظ به.

أما عن سهولة البحث فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو حدث سابق ومن ثم مشاهدته[2].

فالموقع يوتيوب سهل الاستعمال من المشاهدة والبحث واستخدامه من قبل إنسان عادي أو مثقف يساعد في عملية البحث السريع ومشاهدة بمجرد الضغط على وصلة الفلم.

4- أداة رائعة للترويج:

فالأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة فهو لا يكلفك شيئا مثل حملات الترويجية التقليدية وبالوقت نفسه يستطيع العالم مشاهدته مجانا من خلال الموقع وهو مناسب لجميع الأفراد كانوا أو شركات.

اليوتيوب موقع رائع لترويج محتويات فكرية سواء كانت علمية لتثقيف أو محتويات لترفيه أو نشر منتوجات وخدمات فهو لا يكلف وفي نفس الوقت العالم كله يستطيع مشاهدة محتواك على يوتيوب مجانا دون عناء.

---

[1]- علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص95.

[2]- غشان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص45.

5- ميزة البث المباشر "LIVE STRANAING":

لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم أو برنامج ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب كان أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما أعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث مباشر[1].

6- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة:

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، وتتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالية في زيادة معلوماته عن الموضوع، ويوسع مداركه عنه، كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال التفاعل بين كافة المشاهدين، وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.

خلاصة ذلك أن المستخدمين اليوتيوب يساعدهم الموقع في مشاهدة مواضيع معينة التي يريدها وبفضله يوسع فكره ومعلوماته مع إبداء الرأي وتفاعل بين جميع المتابعين لقناة في يوتيوب في نفس الموضوع وفي نفس الوقت.

7- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على يوتيوب:

من محاضرات ومعلومات وخطابات وبرامج ...إلخ، إلى عدة لغات ترجمة فورية بحيث يستطيع أي مستخدم الإستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت[2].

وبمعنى يسمح موقع اليوتيوب ترجمة كل ما ينشر من موضوعات ومعلومات إلى عدة لغات بحيث يستطيع أي مستخدم مشاهدة محتويات يوتيوب بأي لغة كانت.

---

[1]- علي حجازي ابراهيم، **التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد**، دار المعتز لنشر وتوزيع، الاردن، 2017، ص80-81.

[2]- علي خليل شقرة، مرجع نفسه، ص95.

8- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب:

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث، حدث الساعة في كل حين مهما إبتعد الزمن وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في ذهن، ويؤثر في الأراء بشكل كبير.

فعلى سبيل المثال، مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 ديسمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية بما تحويه المشاهدة من الدمار والقتل، فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة الأحداث عبر اليوتيوب مما ساهم في ترسيخ المقولات والإدعاءات الأمريكية بحربها على الإرهاب وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية على الأقل.

كما أن تكرار عرض المشاهد قد يوفر إمكانية إكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحضتها في مشاهدة أو مشاهدتين[1].

وخلاصة ذلك أن يوتيوب يحتوى على تقنية تكرار الأحداث أو برامج فبفضل هذا التكرار يوضح لك جانب الخفي في مشاهدة ويرسخ لك أحداث في عقل مما يؤثر على أرائك ويجمد أفكارك.

ب- مميزات اليوتيوب للقائم بالاتصال والتي تتمثل في:

1- التعرف إلى حد كبير على طبيعة أشخاص قامو بنشر مواد فيديو بعينها من خلال تتبع اسمه على اليوتيوب وتصفح ما سبق نشره على الأنترنت وهذا أحيانا يعطي دلالات أو محاذير في التعامل مع الفيديو.

2- التعرف إلى تاريخ الرفع على الانترنت يظهر أحيانا صدق أو زيف عدد من مواد الفيديو فلو تم نشر مادة قبل حدث معين فيوحي هذا باختلاف هذا الفيديو وتاريخ التحميل منذ مدة زمنية بعيدة يستبعد صلة عدد من مواد الفيديو بإحداث جارية.

[1]- علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 94.

3- تعطي المواد المرئية أحيانا تفاصيل تفيد الصحفي الميداني في بلورة الأفكار وجمع المعلومات.

4- متابعة البرامج الإعلامية المهمة التي أثارت ضجة ولم يستطع القيام بالاتصال متابعتها أثناء عمله.

وقد أصبح اليوتيوب وسيلة اتصالية وثقافية ممتازة تساعد كل صانع محتوى بإتصال رسالته سواء كانت فكرة أو منتج أو توجه وذلك من خلال تصوير فلم قصير لا يتجاوز خمس دقائق تروج به أفكرتك أو عرض قصير تظهر فيه وتتحدث عن فكرتك، باستخدام كاميرا رقمية فيديو أو كاميرا هاتف ذكي كل هذا يشكل عام ومجاني في نشر فيديو على يوتيوب،[1]

حيث يصل إلى ملايين مشاهدين في أنحاء العالم، فهو وسيلة تساعدك في ترويج مجاني لفكرتك بإضافة إلى إمكانية الشهرة عبر نشر فيديوهات لصانعي محتوى على يوتيوب.

---

[1]- سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الجديدة**، دار أمجد لنشر وتوزيع، عمان، 2020، ص103.

المطلب الرابع: دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني

لموقع اليوتيوب حضورا قويا في الساحة الإعلامية، فإسمه يتردد صداه في الكثير من البرامج السياسية، كبطل أساسي في العديد من القصص الخيرية والفقرات التلفزيونية والإذاعية والموضوعات الصحفية، وكمصدر للأخبار والمعلومات والآراء حيث وكما ذكرت لموقع الذي تأسس عام 2005 بكاليفورنيا، يحتل المرتبة الثالثة عالميا من حيث معادلات الدخول عليه، حتى أصبح أيقونة متكررة كأكبر إسم مطبوع على أزرار الحواسيب في كل التاريخ البشري (تريليون إدخال حتى الآن).

لقد تحول اليوتيوب إلى ما يشبه الأرشيف المصور لهم ما تعرضه القنوات التلفزيونية الناس

PEOPLE tv، ولا يكاد يحدث في العالم إلا وترصده كاميرات مستخدمي اليوتيوب، وما أن يسمع الناس بهذا الحدث حتى يهرعوا لليوتيوب بحثا عن تفاصيله، حتى أصبح ساحة مفتوحة للتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات.

من ناحيتها بدأت بعض القنوات التلفزيونية في تخصيص برامج خاصة قائمة أساس على ما يتم بثه عبر اليوتيوب مثل برامج وثائقية الويب Documentany Web في القناة الفرنسية، وكذلك تفعل قناة الـ CNN وغيرها من القنوات[1].

لقد تزايدت أهمية اليوتيوب مع إندلاع أحداث الربيع العربي، حيث إعتمده الكثير من الثوار سلاحا معنويا في تحقيق مطالبهم ووسيلة لتوصيل أصواتهم لشعوبهم، وفضحا لممارسة تحرص السلطات على التعتيم عليها، فضلا عن كونها وسيلة مرتبطة بالجيل الجديد من الشباب المرتبط بالتكنولوجيا كهواية واحتراف ووسيلة سياسية وأيضا ترفيهية وثقافية.

فأصبح اليوتيوب وسيلة معنوية في تحقيق غايات وتوصيل رأي الشعوب وخاصة في أحداث الربيع العربي كان له دور في إيصال أصواتهم لشعوبهم.

---

[1]- مروى عصام صلاح، **الاعلام الكتروني الاسس وآفاق المستقبل**، دار الإعصار لنشر وتوزيع، عمان، 2013، ص207-208.

كما هو معروف فإن يوتيوب ظهر مع تطور الأنترنت وتقدم برمجياتها، وتزايد الاعتماد على ما يعرف بالويب كما ظهر في إطار انتشار أنواع مسميات جديدة من العمل الصحفي مثل صحافة المواطن وصحافة المشاركة وصحافة الويب والتي تتيح لأي مواطن من ممارسة حقوقه الإعلامية في إرسال واستقبال من مواد وأخبار وآراء فضلا عن إشباع رقعة الانترنت وانتشارها عالميا وتزايد عدد ومستخدميها وتطور بنيتها التحتية وتراجع أسعار التكنولوجيا وزيادة معدلات الاندماج بين وسائل الاتصال من الانترنت وكمبيوتر وأجهزة محمولة وأقمار الصناعية ومساعدات تكنولوجية، حيث أصبح من اليسير تنقل الأخبار والمعلومات أو الفيديوهات وأصبح من السهل على أي مواطن أن يمارس مهنة العمل الصحفي عن طريق جهاز الموبايل الخاص به مثلا: سواء في التقاط صورة أو فيديو وتحريرهما وكتابة نص ملحق بهما ثم إرساله عبر بريد إلكتروني وتحميله على موقع اليوتيوب[1].

ولقد أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية تستخدم اليوتيوب كمنابر إضافية لها للوصول لجمهورها المستهدف فمثلا لقناة الجزيرة وصحيفة القدس العربي مساحة خاصة على اليوتيوب تبث فيها أعمالها بالإضافة لمواقعها، وتقوم قنوات فضائية وشبكات تلفزيونية شهيرة بنفس الشئ مثل السي بي سي[2]

[1]– مروى عصام صلاح، مرجع نفسه، ص 208–209.

[2]– مروى عصام صلاح، المرجع نفسه، ص209.

المبحث الرابع: إستخدامات اليوتيوب

المطلب الأول: اليوتيوب ووسائل الإعلام

مع تزايد أهمية اليوتيوب وزيادة عدد مستخدميه وارتفاع اسمه في العالم باتت وسائل الإعلام تعتمد عليه كمصدر للأخبار باعتبار أن العديد من الجهات الرسمية وغير الرسمية، هواة و جمهور العام، تقوم بتحميل مواد وأراء وأفلام ومقاطع فيديو وصوتية على الموقع وينفرد بعضها بتوثيق أحداث وأخبار وموضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية القيام بها، كما يتوافر على الموقع إمكانية معرفة آراء جماعات وأفراد يصعب على وسائل الإعلام الوصول إليهم فضلا عن أن مساحة الحرية التي يتمتع بها اليوتيوب تسمح لوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات نظر بديلة ومغايرة عما ألفته وكذلك يأتي الاهتمام وسائل الإعلام باليوتيوب في إطار تجاوبها مع اهتمامات جمهوره الذي أصبح يقضي جزء كبير من وقته على الانترنت.

ومن ثم تعدد العوامل التي دفعت بوسائل الإعلام نحو إيلاء اهتمام متزايد باليوتيوب، حيث بدأ بعضها بعقد اتفاقيات مع الموقع لبث بعض مواده والاقتسام جزء من الإيرادات كما بدأ بعضها يشترى مساحة على الموقع كمنبر إضافي له وقام البعض الآخر بتخصيص مندوبي صحفي لمتابعة ما يبث على اليوتيوب، بل وخصصت بعض القنوات برامج خاصة لإعادة بث مواد اليوتيوب.

ومع تزايد الاهتمام باليوتيوب كوسيلة للتعبير والاحتجاج السياسي وإنفراده يبث لقطات ومشاهد لأحداث لم تظهر على شاشات وصفحات وسائل الإعلام الأخرى ولجوء بعض النشطاء السياسي لليوتيوب كوسيلة للحشد والاحتجاج مع تصاعد حدة الأحداث السياسية في العالم وفي منطقة العربية بدأت البرامج السياسية تهتم باليوتيوب كمادة وثائقية.[1]

[1]– مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص210.

- وسائل الإعلام والمصداقية في اليوتيوب:

وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة لليوتيوب فلا تزال تثار العديد من الأسئلة حول مدى مصداقية الإعتماد على مشاهد ولقطات أنتجها (شاهد عيان) غير محترف إعلاميا، وله تحيزاته الخاصة أو قد يكون وراءها مصادر مجهولة ذات مصالح خاصة، فضلا عن إمكانية تحويرها وتشويهها وحذف مقاطع منها وإضافة مقاطع أخرى مثل الفيديو الذي ظهر مؤخرا لرئيس مخابرات المصري السابق عمر سليمان والذي أعلن فيه على خلاف الحقيقي تنحي المجلس العسكري وتسليم السلطة لمبارك والعكس كان هو الصحيح فضلا عن الانتقادات الفنية المتعلقة بمحدودية زاوية التصوير ورداءة بعض اللقطات فنيا.

ولكن بالرغم من هذه الانتقادات فإن لوسائل الإعلام أساليبها في تقصي المواد المستقاة من اليوتيوب و التأكد من صحتها وكذلك فإن فتح المجال للهواة وشهود العيان إنما يمثل بداية التحول جديد في عالم الإعلام يعتمد على تمكين المواطن العادي من التمتع بحقوقه الإعلامية القائمة على حق الإرسال والاستقبال للمعلومات على أمل أن تتزايد قدراته الإعلامية مستقبلا ليصبح أكثر دراية بأخلاقيات العمل الإعلامي كما إن إنفراد اليوتيوب ببعض اللقطات يجعل الصعب الاستغناء عنه.

فالمستقبل لا يزال يحمل الكثير لليوتيوب فمنافسوه يتزايدون وقدراته على البث المباشر تتسارع وعدد مستخدميه يتكاثرون وإندماجه مع الوسائط الأخرى تتصاعد وحاجة وسائل الإعلام له تتطور وخاصة مع تتابع الأحداث السياسية نعم لقد حان الوقت ليكون لك: اليوتيوب "خاص بك"[1].

[1]- مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص211-212.

المطلب الثاني: التقنية المستخدمة في موقع اليوتيوب

يستخدم يوتيوب تقنية أدوبي فلاش لعرض أفلام يتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرنامج المشغل الفلاش رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حاليا في حوالي 90 % من أجهزة الحاسب في العالم التي تستخدم لتصفح الانترنت، تحول يوتيوب الأفلام المرسلة إليها إلى امتداد FLV أو فلاش فيديو.

لا يمكن تنزيل الفيلم مباشرة من الواقع ولكن يمكن استخدام برامج أو وصلات خارجية لذلك يمكن تشغيل ملفات FLV في الكمبيوتر عن طريق عدة برامج منها جوم بلاير، وجتاش و VLC وغيرها.

كما أتاح الموقع نسخة Html 5 من المشغل بصيغة فيديو"وب إم" وصوت فريس للمتصفحات التي تدعم تلك التقنيات.

الملفات المرسلة ليوتيوب يجب أن لا يزيد طولها عن 15 دقيقة للمستخدمين الجدد ولكن يمكن أن تزيد المدة للمستخدمين الآخرين، وأن لا يزيد حجمها على 1 جيجا بايت (1024 ميجابايت)، ويمكن رفع الملفات ذات الإمدادات التالية: ; WMV ;AVI ;MOV و3GP; MP4 ;MPEG ، يمكن رفع الأفلام ذات الإمتداد 3GP من الهاتف النقال مباشرة عن طريق الموقع الخاص بالهاتف وهو [1]''m-youtube.com''.

إن موقع اليوتيوب يتميز بتقنيات عديدة تساعده في عرض فيديوهات بشكل واضح حيث يستخدم تقنية أدوبي فلاش لعرض أفلام وتحميلها يتطلب تحميل مشغل الفلاش لتحميل الفيديوهات وأفلام سواء على الهاتف أو الحاسوب فتقنية أدوبي فلاش تسمح بعرض مقاطع متحركة من الفيديوهات على يوتيوب.

---

[1]- مروى عصام صلاح، مرجع نفسه، ص206.

1- الصوت في اليوتيوب:

تحتوي الملفات المرفوعة في اليوتيوب على الصوتيات بصيغة MP3 وبشكل افتراضي يكون نظام الصوت فردي (momo) مع معدل 64 كيلو بت للثانية مع تخفيض الإشارة الصوتية (Sampling) إلى 22050 هرتز.

2- جودة الأفلام في اليوتيوب:

أبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 320*240 بكسل، وتستخدم برمز (Codec) سورتسون سبارك.H.263 معدل البث الإشارة الفيديو هو حوالي 314 كيلوبت لكل ثانية، أما معدل الصور أو الإطار(Frame rate) فيعتمد على الملف المرفوع.

في مارس 2008 أطلق الموقع خاصية جديدة تسمح برفع ملفات أفضل جودة ويتم عرضها بأبعاد 480*360 بكسل وأطلقت جودات أخرى وهي P720 وP1080 كما تم إضافة تقنية عالي الوضوح HD وتم إضافة تقنية 3D أي مشاهدة المقاطع بالتقنية الثلاثية الأبعاد وحاليا يمكن عرض أفلام بدقة 4K وهي دقة كبيرة جدا وشديدة الوضوح[1].

اليوتيوب موقع إلكتروني ضخم يتميز بتقنيات ممتازة تجعله متميز عن باقي المواقع فيحتوي على جودة الصوت وجودة الأفلام والتي تجعل المشاهد يتابع الفيلم كأنه بشاشة تلفاز ضخم وهذا نتيجة الجودة العالية في الفيديوهات المنشورة بالإضافة لنشر كل ماهو جديد من مواضيع مختلفة وبرامج في عديد من المجالات وأفلام وموسيقى ...إلخ.

[1]- مروى عصام صلاح، المرجع نفسه، ص207.

المطلب الثالث الالتزامات أخلاقية وشروط خدمة اليوتيوب

تنطبق كافة شروط الخدمة وسياسة الخصوصية وتوجيهات المجتمع على كافة مستخدمي الخدمة، ويوافق المستخدمين على الإلتزام بهذه الشروط بمجرد استخدامهم لهذه الخدمة، ومن ثم ينبغي أن يتعرف المستخدمون على هذه الشروط وكذلك قد تؤدي مخالفات معينة لشروط يوتيوب إلى إنتهاك القانون أيضا، ويجب ملاحظة أنه عند قيامك بأنشطة معينة فقد تخالف القانون حتى لو اعتقدت أنك لا تخالف الشروط موقع يوتيوب.

1- الالتزامات:

فعند التسجيل في موقع اليوتيوب ينبغي أن توافق على التزامات وقيود معينة على نوع المحتوى القابل للنشر وفي أي الحال من الأحوال يجب أن لا تقوم بتحميل أي محتوى يتضمن مواد يحظر القانون امتلاك إياها أو يحظر استخدامات اليوتيوب لها.

أ- الأخلاق والسلوك الآئق:

- يجب أن لا يقوم المستخدمون بتحميل أيا من المحتويات التالية:

- ذو طبيعة إباحية أو جنسية صريحة.

- المحتويات التي تشمل على عنف وقد يكون المحتوى ذو الأسلوب الوثائقي مقبولا إلا أن المحتوى الذي يهدف بشكل أساسي إلى أن يكون صادما أو مثيرا أو غير محترم لا يعد مقبولا.

- المحتويات التي تشجع على الأنشطة الخطيرة أو الغير القانونية بما في ذلك تعليم صنع القنابل أو تعاطي المخدرات أو أية أفعال أخرى قد تؤدي إلى إصابات خطيرة[1].

[1]- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد: التحولات إتصالية ورؤى معاصرة**، دار الكتاب الجامعي، الامارات،2017، ص154.

- المحتويات التي تزوج للعنف أو الكراهية ضد أفراد أو جماعات بناء على سمات معينة كالعرق أو الدين أو تلك أفلام التي تسيء إلى الديانات والمذاهب والشخصيات وأيضا لا تسمح بمقاطع الفيديو الفيلمية التي تشجع على الإرهاب وقتل والأفلام الخلاعية[1].
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام أو البرامج تشجع على الإجرام.
- لا يسمح الموقع بنشر الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة.
- أن لا يكون للأفلام حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل[2].

وفي الحالات التي يكون فيها مقاطع الفيديو مقبولا لكنه غير ملائم للمشاهدين الصغار قد يطبق موقع اليوتيوب القيود الخاصة بالعمر.

ب- التحرش وتشويه السمعة:

يحظر على المستخدمين القيام بأي سلوك عنيف أو مطاردة أو تهديد أو تحرش بالآخرين، وقد يشمل التحرش نسخ مخطط قنوات أي مستخدم باستخدام أي أسم مستخدم مماثل أو انتحار صفة شخص آخر قد يتم منع أي مستخدم يقوم بهذه الأشياء منعا دائما من استخدام اليوتيوب كما يحظر أيضا إجراء أية اتصالات من نوع "غير المرغوب بيه.

ت- الخصوصية:

يحظر التعدي على خصوصية الآخرين ومشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بهم دون موافقتهم، وقد تشمل المعلومات الخاصة البيانات الشخصية والمعلومات الأخرى كالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو[3].

---

[1]- محي الدين إسماعيل محمد الديهي، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على الجمهور المتلقين**، مرجع سابق، 2015، ص473.

[2]- عثمان محمد الديلمي، المرجع السابق، ص201.

[3]- وسام فاصل راضي، مرجع سابق، ص155.

ث- أمن تقنية المعلومات:

تحتوي شروط يوتيوب على العديد من الأحكام التي تتعامل مع أمن تقنية المعلومات إذا يجب على المستخدمين عدم التحايل أو تعطيل أو التدخل في أي من خصائص أمن تقنية المعلومات على موقع يوتيوب، أو أي من الخصائص التي تهدف إلى منع نسخ المحتوى ويجب عدم استخدام بعض الأنظمة المؤتمنة مثل: (روبوت أو سبايدر أو فلاين ريد) للوصول إلى خدمة يوتيوب بأسلوب يؤدي إلى إرسال قدر كبير من الطلبات إلى خوادم يوتيوب خلال فترة محددة أكبر من تلك الممكنة لأي شخص يستخدم أي الخدمة استخداما عاديا.

وهناك شروط عديدة مرتبطة بحماية الحسابات الشخصية للمستخدمين ويجب أن لا تقوم بجمع أية بيانات شخصية عن أي مستخدم آخر، كما يجب أن تضمن حماية بيانات حسابك على يوتيوب.

2- المخاطر:

أ- جمع المعلومات ومشاركتها:

موقع يوتيوب ملك لشركة غوغل ومن ثم عند استخدامك خدمة يوتيوب تكون قد وافقت على شروط غوغل المرتبطة بجمع معلوماتك الشخصية ومشاركتهما فإذا كان لديك حساب على غوغل قد تجد بيانات حسابك على غوغل مستخدما في كافة خدمات غوغل، بما في ذلك يوتيوب وكذلك قد يقوم غوغل بدمج المعلومات الشخصية التي قام بجمعها من خدماته المختلفة وحتى يتسنى لك الوصول إلى جوانب معينة في خدمة يوتيوب، يجب عليك إنشاء حساب ويجب عليك عند القيام بذلك تقديم معلومات عن نفسك كالاسم وعنوان البريد إلكتروني وقد يقوم غوغل أيضا بجمع معلومات أخرى عند تفاعلك مع يوتيوب[1].

[1]- وسام فاضل راضي، المرجع السابق، ص 156-157.

ب- الحقوق في المحتوى:

يمكن لمستخدمي موقع يوتيوب تحصيل محتوى على الموقع ويحتفظ المستخدم بحقوق الملكية المحتوى الخاص به، غير أنه في حال رفع المحتوى على يوتيوب يمنح المستخدم الإذن باستخدام وإعادة إنتاج وتوزيع وإعداد أعمال مشتقة من هذا المحتوى تتصل بموقع يوتيوب وأعمال يوتيوب التي تشمل بصفة عامة الترويج للموقع ويجوز للموقع نقل هذه الحقوق إلى أي مؤسسة أخرى إذا رغب في ذلك ويمنح لباقي المستخدمين في الوصول إلى المحتوى واستخدامه بالقدر الذي يسمح به الموقع.

وموقع يوتيوب متاح بشكل علني ويعني ذلك أن المحتوى الذي ترسله عبر يوتيوب يكون متاحا بشكل علني ومن ثم ينبغي أن تفكر بعناية في المحتوى الذي ترسله.

3- الإبلاغ عن المشكلات[1]:

المشكلات التي قد يواجهها مستخدمو موقع يوتيوب والأدوات التي يمكنهم استخدامها لإبلاغ عن المشكلات ويجوز لموقع يوتيوب إنهاء حساب المستخدم عند ارتكابه أي انتهاك لاي من سياسات الموقع كما يجوز للمستخدم أيضا غلق حسابه على يوتيوب في أي وقت وحسب وقائع كل حدث قد تكون هناك إجراءات يمكن اتخاذها بموجب القانون أو بموجب القرارات السلطة القضائية.

أ- الإبلاغ عن المشكلات والتنفيذ عبر يوتيوب:

يمكن لمستخدمي موقع يوتيوب الوصول إلى مختلف المعلومات والأدوات المستخدمة في الإبلاغ عن المحتوى وكخطوة أولى يجب أن "يحدد" المستخدمون المحتوى الذي يرونه مخالفا لتوجيهات موقع اليوتيوب وحتى يمكن الإبلاغ عن أكثر من محتوى أو تقديم معلومات

[1]- وسام فاضل راضي، المرجع السابق، ص158،157.

أكثر تفصيلا يوفر يوتيوب أداة للإبلاغ ويمكن استخدام هذه الأداة في الإبلاغ عن إساءة الاستخدام.

ب- الشكاوى المرتبطة بالخصوصية:

حي يتسنى للمستخدمين تقديم شكوى مرتبطة بالخصوصية ينبغي عليهم إتباع إرشادات الشكاوى الخاصة بالخصوصية في موقع اليوتيوب.

مطلب الرابع: إيجابيات و سلبيات اليوتيوب

أ- سلبيات موقع اليوتيوب:

إضافة إلى ما يوفر هذا الموقع من خدمات جليلة وعظيمة للمستخدمين ومن تمكنهم من التواصل والتفاعل فإن هناك بعض السلبيات التي تتعرض طريق هذا الموقع في أداء مهمته وهي كالتالي:

1- إمكانية اختراقه:

من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يبث فيه من افلام ومحاضرات وبرامج...إلخ، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم اختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهد تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

فاليوتيوب مثله كمثل أي موقع يتعرض إلى اختراق وتعطيل ما يبث فيه من محتويات قد يكون من طرف أشخاص منافسين أو الإدارة اليوتيوب.

2- قيام بعض الدول بحجب الموقع:

بحيث تم منع فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضي عنه بعض الدول كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام الفيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب.

وكذلك حدث في أرمينيا عندما ظهرت بعض أفلام صورا لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره آلام لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسية عام 2009[1].

---

[1]- علي خليل شقرة، المرجع سابق، ص95-96.

3- **ومن سلبيات يوتيوب الوحيدة** هو أنه على الرغم من الخلود الممكن لأي فيديو على موقعه، فليس هناك ما يضمن إن أي مقطع فيديو معين متاح اليوم سوف يكون موجودا غدا أو حتى بعد خمس دقائق من الآن الخلود هو ظرف الافتراضي يمكن كسره عمدا في أي وقت وهو ما يعني إنه لا توجد ضمانه إن أي وصلات للفيديو في أي مكان آخر على الشبكة الأنترنت أو تضمينات للفيديو سوف تستمر في العمل[1].

ب- الإيجابيات موقع اليوتيوب:

1- يساعد تطبيق اليوتيوب من عرض المواهب والإبداعات من خلاله كما يمكن مشاركة الفيديوهات المعروضة.

2- يفيد اليوتيوب أيضا الأشخاص في التعرف على العادات وتقاليد وثقافة مجتمعات مختلفة.

3- من خلال موقع يوتيوب تحقق الربح وذلك عن طريق صنع قناة خاصة لك وتنزيل الفيديوهات والاستفادة منها من خلال زيادة عدد المشاهدات لك وكذلك عن طريق ربط قناة غوغل "أدسنس" لتحقيق أعلى نسبة من الأرباح.

4- يفيد كذلك اليوتيوب في التعليم من خلال مقاطع الفيديو التي تقدم المعلومات والإفادة المتعلقة بموضوع البحث[2].

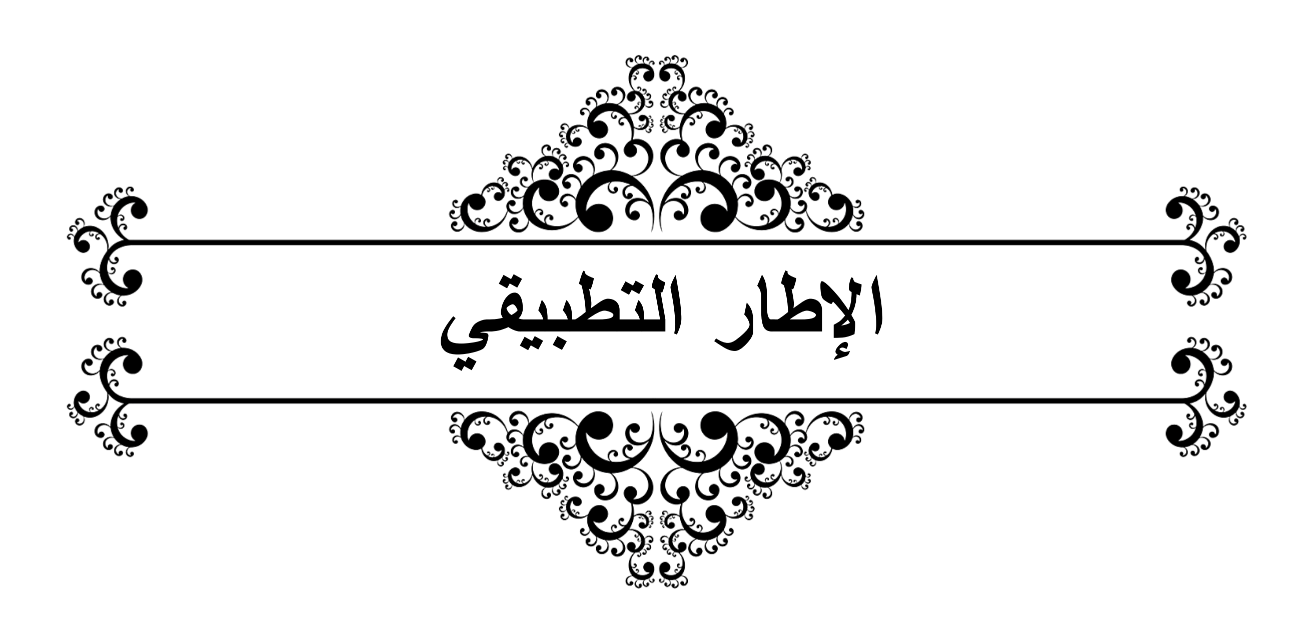
---

[1]- بول ليفنسون، ترجمة : هبة ربيع، **أحدث وسائل الاعلام الجديدة**، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص118

[2]- نقلا عن موقع الكتروني: www.fekera.com، على ساعة 13:54 بتاريخ 2021/04/16.

خلاصة:

نستنتج من هذا الفصل أن لليوتيوب دور كبير في حياة الأفراد وله تأثير كبير عليهم، فهو فضاء للتفاعل وتشارك المعلومات والمعارف وطرح الأفكار والإبداعات، فهو فرصة لشباب لمزيد من العطاء ما تنتج عقولهم من مضامين ومواضيع متنوعة تزيد من معارف مشاهد واكتسابه معلومات، فقد أتاح يوتيوب لشباب يوم أن يكونوا مخرجين ومصورين في نفس وقت وهذا بفضل الفيديوهات المنتجة على اليوتيوب، وكذلك يسمح هذا الأخير لكل أفراد المجتمع بأن يكونوا مستخدمين فاعلين دون شروط باعتباره يحوي متخصصين الهواة في نشر فيديوهات أو غير متخصصين فقد أتاح للجميع فرصة لإخراج اهتماماتهم.


الإطار التطبيقي

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

أولا: تحليل وتفسير البيانات الشخصية:

الجدول رقم01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس	
40.3	25	ذكر	الخيارات
59.7	37	أنثى	
100.0	62	المجموع	

يمثل الجدول رقم (01) توزيع الافراد العينة حسب متغير الجنس وتمثل الإحصاءات التي تحصلنا عليها على نسبة الذكور أقل بقليل من نسبة الإناث، حيث كانت نسبة الذكور 40.3%، وهو ما بعادل 25 ذكر، وأما نسبة الإناث فقد قدرت ب 59.7% وهو ما يعادل 37 فتاة.

ونلاحظ أن الفرق بين الجنسين متقارب نوعا ما، وهذا ما يبين اهتمام كلاهما (الذكر و الأنثى) بمتابعة برامج البودكاست وبالأخص قناة مساحة على اليوتيوب والمواضيع التي تتناولها وهذا ما يدل على أن هذه الأخيرة تتماشى مع اهتمامات المشاهدين وتنال إعجابهم.

الجدول رقم02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن	
33.9	21	من22–18سنة	الخيارات
62.9	39	من27–23سنة	
1.6	1	من32–28سنة	
1.6	1	من32سنة–فمافوق	
100	62	المجمـــــــــــوع	

يمثل الجدول رقم (02) الفئات العمرية التي تقوم بمشاهدة المحتويات الثقافية التي تعرضها قناة مساحة، وكما يظهر من خلال الأرقام فإن الفئة الأكثر مشاهدة جسب المعطيات تتراوح أعمارهم بين 23 و 27سنة، والتي يبلغ عددهم 39 بنسبة 62.9%، تليها مباشرة الفئة المحصورة بين 18–22 سنة بعدد 21، بنسبة 33.9%، أما باقي الفئات التي تتراوح بين 28–32 ومن 32 فما لم تتجاوز نسبة 1.6%.

فاحتلال الشباب من حيث مشاهدتهم لمحتويات اليوتيوب أهمها قناة مساحة فهذا لا يبدو مفاجئا على اعتبار ان هذه الفترة السنوية هي الأكثر تأثرا بشبكات التواصل الاجتماعي بالأخص اليوتيوب الذي يعرض برامج ومحتويات متنوعة،وعلى اعتبار أن هاته الفئة العمرية هي التي يحاول فيها الشباب إثبات مواقفهم اتجاه برامج البودكاست المعروضة على اختلاف مضامينها.

الجدول رقم03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

المستوى		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	ليسانس	19	30.6
	ماستر	37	59.7
	دكتوراه	6	9.7
	المجـموع	62	100

يوضح الجدول رقم (03) المستوى الجامعي للطلبة المشاهدين لقناة مساحة عبر اليوتيوب، حيث أن مستوى الماستر هي النسبة التي تفوق المستويات الجامعية الأخرى، وذلك بنسبة 59.7%، ما يعادل 37طالب، في حين أن النسبة الأقل هي مستوى الدكتوراه بنسبة لم تتجاوز 9.7% وذلك بعدد 6 طلبة، أما نسبة طلبة الليسانس فقد قدرت ب30.6% ما يقابله 19 طالب.

إن النسبة المتفوقة لطلبة الماستر تؤكد على أنهم أكثر اهتماما واطلاعا على المضامين والمواضيع الثقافية التي تعرضها برامج البودكاست، من بينها قناة مساحة على اليوتيوب، أما عن الحضور المحتشم لطلبة الدكتوراه فنبرره بعدم الاهتمام لمثل هاته المواضيع الثقافية والاطلاع على هاته القناة.

الجدول رقم04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب إتقان اللغات

النسبة المئوية	التكرار	اللغات	
62.9	39	اللغة عربية	الخيارات
16.1	10	اللغة الفرنسية	
14.5	9	اللغة الانجليزية	
6.5	4	لغات أخرى	
100	62	المجمـــــــــوع	

يوضح لنا الجدول رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب إتقان اللغات، فقد جاءت أعلى نسبة اللغة العربية بنسبة 62.9% ما يقابلها 39 طالب جامعي، باعتبارها اللغة الأم والأكثر تداولا و تعاملا بها، فتليها اللغة الفرنسية بنسبة 16.6% ما يعادل 10 طلبة، أما اللغة الانجليزية فهي لا تقل نسبة عن اللغة الفرنسية فقد قدرت ب 14.5% ما يعادل 9 طلبة، وهذا ما يؤكد أن هناك تباين في النسب بين اللغتين الأجنبيتين، في حين لم تتعدى اللغات الأخرى نسبة 6.5% فهي الأقل نسبة بين اللغات.

ثانيا: تحليل وتفسير مساهمة قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي

الجدول رقم05: يمثل قناة مساحة بالنسبة إليك

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	
17.7	11	إعلام بديل عن الإعلام التقليدي	الخيارات
29.0	18	وسيلة للتعبير الحر	
53.2	33	أداة تشاركية لنشر المعلومات	
100.0	62	المجمـــــــــــوع	

يبين هذا الجدول نظرة الطالب الجامعي لمشاهدته لقناة مساحة عبر اليوتيوب، النسبة الأعلى لخيارات هذا السؤال فقد جاءت ب 53.2% ما يعادل 33إجابة، وأقل نسبة هي 17.7% مايعادل 11 إجابة، أما عن الخيار الآخر فقد قدر نسبته ب29% ما يقابله 18 إجابة من هذه الخيارات.

إن الخيار الذي يفوق باقي الخيارات ألا وهو أداة تشاركية لنشر المعلومات، ما يدل على أن برامج البودكاست تساعد الطلبة على إكتساب معلومات ومعارف مختلفة، والتي يقوم بطرحها صاحب قناة مساحة في قالب ثقافي متنوع، وبإمكانها أن تضيف أفكار جديدة للمشاهدين.

في حين أن 29% ما يمثل 18 من عدد الإجابات المتحصل عليها، يعتبرون أن قناة مساحة هي وسيلة للتعبير الحر، ما يبين أن هذه القناة في نظرهم تنشر أفكار ومعلومات دون قيود تعيق طرح أفكارهم.

أما عن الخيار الأخير فقد كان أقل نسبة عن باقي الخيارات بنسبة 17.7% والذي يعتبرون أن قناة مساحة هي إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، ويمكن تبرير هذا أن المشاهدين لا ينظرون لها كوسيلة ولا يهتمون بنوعها بقدر اهتمامهم بمضامينها وما تعرضه من محتويات ثقافية.

الجدول رقم 06: يوضح نوع المواضيع التي تلفت الانتباه خلال مشاهدة لقناة مساحة

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	قصص النجاح	15	24.2
	الرعب والغموض	9	14.5
	الشخصيات والأساطير	8	12.9
	المعلومات الغريبة	13	21.0
	الأفلام	2	3.2
	الكتب والروايات(أمة إقرأ)	15	24.2
	المجمـــــــــوع	62	100.0

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح نوع المواضيع التي تلفت انتباه الطالب الجامعي خلال مشاهدته قناة مساحة، أن هناك تباين في النسب لكل من "قصص النجاح" و"الكتب والروايات" بنسبة 24.2% و "المعلومات الغريبة" بنسبة 21%، وهذا ما يبين اهتمام الطلبة بالمواضيع التي تحفزهم أكثر في دراستهم ومجال تخصصاتهم، والتي ترفع من مستواهم الثقافي والعلمي أيضا من خلال إطلاعهم ما يبني لديهم لغة ثقافية عالية وواضحة تزيد من رفع مستواهم بشكل أفضل.

في حين بلغت النسب في المحتوى المرتبط ب"الرعب والغموض" و ب"الشخصيات والأساطير" بين 14.5% و 12.9%، ما يدل على اهتمام نسبة ما بمثل هذه المواضيع لما تحتويه من إثارة ومغامرة.

أما النسبة الأضعف فقد عرفتها "الأفلام" بنسبة 3.2% ما يجعل الطلبة يعتقدون بعدم أهمية هذه المواضيع خاصة وأنها

الجدول رقم 07: يوضح الإضافات المكتسبة من خلال الكتب والروايات المذكورة ضمن فيديوهات قناة مساحة لك:

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	اكتساب خبرات	27	43.5
	تساعدني في حل مشاكلي	3	4.8
	تساعدني في التعامل مع الوقت	3	4.8
	قراءة الواقع المعاش بمنظور معمق	17	27.4
	الجرأة على المناقشة في مختلف المواضيع	12	19.4
	المجمـــــــــــــــوع	62	100

يوضح هذا الجدول الإضافات المكتسبة من خلال الكتب والروايات المذكورة ضمن فيديوهات قناة مساحة، فكانت النسبة الأعلى في اكتساب الخبرات حيث قدرت ب43.5%، فيمكن اختصار الخبرة في المهارة والمعرفة التي يكتسبها الطالب الجامعي من خلال مشاهدته لبرامج البودكاست ليصبح أكثر نضجا وأكثر قدرة على التعايش مع المواقف وأكثر واقعية، وتفسير الأشياء للوصول إلى تحصيل معرفي جيد.

تليه "قراءة الواقع المعاش بمنظور معمق" بنسبة 27.4%، فالاستعانة بالكتب والروايات ومن خلال اكتساب الخبرة بإمكانه قراءة واقعه بشكل أفضل، وتحليل وتفسير المواقف الحالية والمستقبلية.

وكانت أقل نسبة في "تساعدني في حل مشاكلي" و "تساعدني في التعامل مع الواقع المعاش" بنفس النسبة وهي 4.8%. من خلال البحث عن حلول بديلة واختيار الحلول المناسبة، وقد يرجع هذا إلى أن نظرة الطلبة مختلفة عن هذا لذلك فضلوا الخيارات الأخرى والتي قد تتناسب مع المواقف التي يتعايشون معها بشكل أفضل.

الجدول رقم 08: يوضح الدافع إلى متابعة برامج قناة مساحة

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	التسلية والترفيه	7	11.3
	اكتساب معارف	32	51.6
	حب الاطلاع	21	33.9
	حكم انتشارها	2	3.2
	المجمــــــوع	62	100

يبين الجدول الدافع الذي يجعل الطالب الجامعي يتابع برامج قناة مساحة، حيث يعتبر 51.6% من النسبة الكلية أنها بدافع اكتساب معارف، حيث ومن خلال مشاهدتهم لما تعرضه القناة من مضامين تجعلهم يصلون إلى قدر معتبر من العلوم المختلفة والمعارف التي تزيد من رجاحة عقلهم وفكرهم وهذا لما تحتويه القناة من مضامين ثقافية متنوعة.

يليه حب الإطلاع بنسبة 33.9% وهي نسبة معتبرة، وجاءت هذه النسبة لحب معرفة كل ما هو جديد واللهفة لمتابعة كل المستجدات التي تعرضها، والسعي وراء البحث المستمر بحكم الفضول المعرفي والحاجة إلى الفهم والرغبة في الاكتشاف ومعرفة حقائق الأمور.

فيما سجلت أقل النسب في "التسلية والترفيه" و "بحكم انتشارها" بنسب تتراوح بين 11.3% و 3.2%، حيث تسمح لهم القناة بالتنفيس عن أنفسهم إن شعروا بالملل في أوقات الفراغ، كما أنهم يهتمون بأنها منتشرة ومعروفة، لكن ولضعف النسبة قد يرى الأغلبية على أنهم يرغبوا بالاستفادة منها أكثر من أمر آخر.

الجدول رقم 09: يوضح الفيديوهات التي بإمكانها إثراء المعارف بشكل أفضل

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	نتفليكس، قصة نجاح	8	12.9
	الرجل الذي غير العصر والقرن21 بكتاب متعفن	6	9.7
	حقائق عن جسم الإنسان تكاد لا تصدق	14	22.6
	كيف تصبح أكثر ذكاء	23	37.1
	نظريات علمية اقرب للجنون	11	17.7
	المجمـــــــــوع	62	100

نرى من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح الفيديوهات التي بإمكانها إثراء معارف الطالب الجامعي بشكل أفضل بأن أعلى النسب سجلت في خيار "كيف تصبح أكثر ذكاء" بنسبة 37.1%، من خلال زيادة وتحسين مهارات الذكاء والقدرات العقلية لاكتشاف الأمور والتعلم للبحث عن الأشياء وعن المهارات الفعالة التي تغذي الفضول لديهم للوصول إلى المعرفة.

وتنقسم الآراء أيضا بين الخيارين "حقائق عن جسم الإنسان تكاد لا تصدق"، بنسبة 22.6%، و"نظريات علمية أقرب للجنون" بنسبة 17.7%، فهذه الفئة قد تهمها أن تعرف عن جسم الإنسان على اعتبار أنه من أعقد الأحياء على وجه الأرض فيحاول التعرف على الحقائق المهمة والمثيرة والمرتبطة به.

أيضا وعلى اعتبار أن علم الكون واحد من أكثر حقول العلم إبداعا لما نشاهده من حولنا والتي نصل إليها باستخدام أساليب ونظريات علمية وبذلك اكتساب معارف وعلوم أخرى مهمة.

ويقل اهتمام المتابعين بالفيديوهات الأخرى، فقد كانت نسبة متابعتهم لفيديو "نيتفليكس، قصة نجاح" 12.9%، في حين أن "الرجل الذي غير العصر والقرن21 بكتاب متعفن" قدرت نسبته ب9.7%.

الجدول رقم 10: يوضح المعارف التي توفرها متابعة محتويات قناة مساحة

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	معلومات حول مجال تخصصك الجامعي	47	75.8
	معلومات خارج مجال تخصصك الجامعي	15	24.2
	المجمـــــــــــوع	62	100

يوضح الجدول أعلاه المعارف التي توفرها متابعة محتويات قناة مساحة بالنسبة للطالب الجامعي، حيث ركزت أغلب الإجابات على أنها توفر لهم معارف حول تخصصهم الجامعي وبنسبة قدرت ب75.8% ما يقابلها 47 فرد من مجموع أفراد العينة المدروسة، ويأتي هذا تأكيدا على أن محتويات القناة ثقافية بدرجة كبيرة بما أن في استطاعتها المساهمة في زيادة معارف الطالب الجامعي في تخصصه الدراسي، والذي يعتبر المفتاح الرئيسي للمستقبل الوظيفي، وبذلك تمكنه القناة وما تحتويه من مضامين في زيادة الاهتمام والشغف حول لتخصصه ومنه اكتساب قدرات وإضافة مهارات علمية تمكنه من فهم الأفكار والأساسيات العلمية التي يحتويها.

على الجانب الآخر فقد كانت إجابات الطلبة بأن القناة توفر لهم معلومات خارج مجال تخصصهم الجامعي بنسبة 24.2%، ما يبين التنوع الذي تحتويه من معلومات يمكن الاستفادة منها في مجالات أخرى بعيدا عن التخصص ومحاولة اكتساب مهارات ومعارف وخبرات أخرى حول مواضيع قد ترتبط حتى بأمور حياتهم، كذلك اهتمام الطلبة بالتعلم والتعرف والبحث والتعمق أكثر في العلوم الأخرى، ومتابعة كل ما بإمكانه أن يضيف في جعبتهم من حقائق وقوانين عامة من خلال المواضيع المعروضة في قناة مساحة عبر اليوتيوب.

ثالثا: تحليل وتفسير مدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهدين

الجدول رقم 11: يوضح أكثر الثقافات متابعة من خلال قناة مساحة على اليوتيوب

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	ثقافة غربية	8	12.9
	ثقافة عربية	12	19.4
	كلاهما	42	67.7
	المجمـــــوع	62	100

يبين هذا الجدول أكثر الثقافات التي يتابعها الطلبة الجامعيين من خلال قناة مساحة على اليوتيوب، فكانت الإجابة الأعلى في كلاهما أي أن أكثر الثقافات التي يتابعونها هي الثقافة العربية والغربية على حد سواء وذلك بنسبة 67.7% ما يقابلها 42 من مجمل أفراد العينة، وانطلاقا من هذه المعطيات الكمية فإن هذا راجع إلى عدم اهتمام الطلبة بنوع المحتوى المقدم إذا ما كان عربي مرتبط بالثقافة والعادات والتقاليد أو المعايير والعقائد والنتاج الثقافي الخاص بالحضارة العربية، بقدر أهمية ما يكتسبونه من معلومات ومعارف وعلوم متنوعة بإمكانهم أن يستفيدوا منها في حياتهم أو في مشوارهم الدراسي العلمي.

تليها الإجابات الأخرى وبنسب متقاربة نوعا ما، حيث سجلنا نسبة 19.4% بالنسبة للثقافة العربية وأنها أكثر الثقافات متابعة لديهم، على اعتبار أن القناة عربية فالأكيد أن من ضمن محتوياتها سيكون هناك ثقافة عربية خاصة وأنها من أهم وأغنى الثقافات على الصعيد العالمي ولما تحمله من قيم فاضلة تستحق الإطلاع عليها وعدم إهمالها والحفاظ عليها.

في حين أقل نسبة كانت في الثقافات الغربية بنسبة قدرت ب 12.9%، فرغم اهتمام المتابعين من الطلبة بالثقافة العربية إلا أن هذا لا ينكر أنهم يتابعون الثقافة الغربية أيضا ولكن بشكل ضعيف، ويأتي هذا بناء على القيم العربية والإسلامية التي تقوم على مبادئ تفرض اختيار مضامين لا تنقص ولا تمحي القيم العربية التي نشئوا عليها.

الجدول رقم 12: يوضح المضامين التي تنشرها قناة مساحة والتي تتماشى مع قيم الطالب الجامعي

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	دائما	51	82.3
	أبدا	11	17.7
	المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه المضامين التي تنشرها قناة مساحة والتي تتماشى مع قيم الطالب الجامعي أو لا، أن 51 منهم ما يعادل نصف العينة تقريبا بنسبة قدرت ب 82.3% يرون أن دائما قناة مساحة تنشر مضامين تتماشى مع قيمهم، هذا ما يدل على أن المحتويات والمواضيع الثقافية تنشر قيم وثقافات ومعتقدات مجتمعات، ربما هذه القيم والمعتقدات التي تنشرها قناة مساحة تتوافق مع رغبات واهتمامات وثقافة المشاهدين، وهذا ما جعلهم يختارون هذه الإجابة.

في حين النسبة الأقل من يرون أن قناة مساحة لا تنشر مضامين تتماشى مع قيمهم بنسبة 17.7% ما يعادل 11 من العينة الكلية لاختيارهم الإجابة "أبدا"، فمبرره أن هذه المضامين ربما لا يرغب بها بعض من العينة لأنها لا تتوافق مع قيمهم وثقافتهم، فهي في نظرهم تنشر ثقافات خارج ثقافتهم وقيمهم.

الجدول رقم 13: تبين لغة المقدم وتأثيرها على لغة الحديث

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	نعم	30	48.4
	لا	32	51.6
	المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه تأثير لغة المقدم في قناة مساحة على حديث الطلبة المشاهدين لهذه القناة عبر اليوتيوب، فقد تبين أن نسبة الإجابات ليس هناك فرق كبير بين الإجابتين، أي أن هناك تباين بينهم، فالملاحظ أن نسبة 51.6% ما يقابلها 32 إجابة من العينة، هذه النسبة تدل على أن الطلبة لا يتأثرون بلغة مقدم قناة مساحة، فربما نبرره أن حديث المقدم باللغة العربية الفصحى يتخلله بعض الكلمات أو العبارات باللغة الانجليزية في فيديوهاته، ربما لغة خطابه لا تعتبر مؤثرا على حديثهم أو هم متمسكون بلهجتهم العامية ولا يريدون التأثر باللغة التي يتحدث بها.

أما باقي العينة فقد كانت نسبة 48.4% ما يعادله 30 إجابة، فنلاحظ أنها لا تقل عن النسبة الأولى، فهم يرون أن هناك تأثير حديث لغة حديث المقدم على حديثهم، إن هذا الاختيار يرجع في نظرهم إلى أن حديثه يؤثر فيهم بشكل مباشر وأسلوبه مقنع في الحديث باللغة العربية الفصحى، لأنها تعتبر اللغة الأم ويتطلب الخطاب بها في فيديوهاته من أجل فهم المجتمعات الأخرى له.

الجدول رقم 14: يبين نوع التأثير :

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	ايجابي	38	61.3
	سلبي	24	38.7
	المجموع	62	100

يبين الجدول كيف يكون تأثير حديث المقدم عبر قناة مساحة، فنلاحظ من خلال الأرقام الموجودة في الجدول أن الكثير من الإجابات جاءت بالإيجاب بنسبة قدرت ب61.3% ما يقابلها 28 من عدد العينة، باعتبار أن تأثير لغة وحديث المقدم تؤثر عليهم بالإيجاب ما يسمح لهم بالتجاوب معه وفهم ما يقوله، فتعتبر اللغة هي وسيط للتواصل بين الأفراد، فإذا كان الكلام مفهوم ستصل الرسالة بفهم المتلقي، فاللغة العربية التي يتكلم بها صاحب القناة هي بمثابة تواصل بين عدة شعوب لفهم محتواه ومضامينه، فبهذا يكون التأثير إيجابي لمن يشاهده، وهكذا يساهم في نشر إيجابي للغة الأم لكي يتكلم بها البعض.

في حين نجد أن نسبة 38.7% من يقولون أن التأثير سلبي عليهم، ربما هذه الفئة تتأثر بلهجتها العامية وتتمسك بها ولا تحبذ اللغة الفصحى في التعبير.

الجدول رقم 15: يوضح اعتقادك حول القصص والأساطير التي تعرضها قناة مساحة

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	
61.3	38	حقيقة	الخيارات
38.7	24	خرافة	
100	62	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه اعتقاد المشاهدين حول القصص والأساطير التي تنشرها قناة مساحة، فنرى من خلال النتائج الموجودة في الجدول أن أعلى نسبة كانت 61.3% ما يعادل ذلك 38 إجابة من العدد الكلي للعينة في الخيار الأول ألا وهو حقيقة، يبدو أن الطلبة يرون أن القصص والأساطير والروايات التي تنشرها قناة مساحة هي حقيقة بالنسبة لهم، لأن ما نشره صاحب القناة يذكر مصدره ومن أين أخذه، لذلك يساعد هذا في تصديق ما يقال وما يحكى في تلك الأساطير والقصص مثل **أسطورة ألماسة الخلود**، فالكل يتكلم عنها ويصدقها المجتمع.

أما عن الخيار الآخر "خرافة" فقد كانت نسبته ب 38.7% ما يعادل 24 إجابة من العينة، فتعتبر نسبة قليلة مقارنة مع النسبة المذكورة في الأعلى، فيمكننا القول أن هذه الإجابة تثبت وجهة نظرهم في القصص والأساطير والروايات التي ينشرها صاحب القناة يعتبرونها خرافة ولا يصدقونها ولا يؤمنون بوجودها وحتى لا تأثر فيهم ولا تشبع رغباتهم، ربما هذا راجع إلى قيمهم ومعتقداتهم وتمسكهم بها.

الجدول رقم 16: يوضح إذا كانت إجابتك "حقيقة" وإن كانت تتماشى مع ثقافتك

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	نعم	28	45.2
	لا	34	54.8
	المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه إن كانت تلك القصص والأساطير المعروضة في فيديوهات مساحة تتماشى مع ثقافتك في حالة الإجابة ب"حقيقة"، حيث تبين من خلال الأرقام والإحصاءات أن أكبر نسبة كانت للإجابة ب"لا" ب 54.8% ما يقابله 34 إجابة من العينة المدروسة، هناك تباين ملحوظ بين هذا الخيار وخيار الإجابة ب "نعم"، حيث قدرت ب45.2%، ليس هناك تفاوت كبير بينهم، فرأي نصف من العينة كان ب "لا تتماشى تلك القصص والأساطير مع ثقافتهم وقيمهم"، إذ أنهم يعتبرونها حقيقة كما أكد الجدول رقم 15، التي كانت بنسبة تفوق 61%، إذ أن ما تنشره هذه القناة هو بالنسبة لهم غير متوافق مع مبادئهم الثقافية وقيمهم وشخصيتهم.

أما عن الخيار "نعم"والذي كان ب45%ان هذه الفيديوهات التي تعرض القصص والاساطير تتماشى مع قيم طالب الجامعي وتنشر مضامين ثقافية تتوافق مع ثقافتهم العربية ومكتسبة عبر الاجيال.

الجدول رقم 17: يوضح معيار الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	الاعتماد على الصور والفيديوهات	17	27.4
	ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف الخاص بالقناة	30	48.4
	شخصية أثق بها	15	24.2
	المجموع	62	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح المعيار الذي يعتمد عليه الطالب الجامعي في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة، حيث يتم الاعتماد علة ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف الخاص بالقناة كأكبر نسبة والمقدرة ب48.4%، ما يقابلها 30 من العدد الكلي للعينة، حيث تزداد مصداقية المعلومة العلمية المعتمدة في المحتوى كلما زادت المعرفة، كما يسهل العودة إليها واسترجاع المعلومات من خلالها وفهمها من جديد، خاصة وأنها توضح ما تم التطرق إليه في الفيديو سواء من الانترنيت أو الكتب وغيرها.

وقد قدرت نسبة الطلبة الذين يعتمدون على الصور والفيديوهات ب 27.4%، خاصة وأن الصور تغني عن ألف كلمة، فمن خلال التواصل البصري يمكن للصورة أن تحشد الرأي العام اتجاه القضايا. ومن خلال الفيديو يتم مشاركة المعلومات فدائما ما يساعد في تبسيط المفاهيم المعقدة، كما أن المواد الإعلامية البصرية المتحركة تجعل التفاعل أكبر.

وبنسبة متقاربة لما سبق يتم الاعتماد على الحكم من خلال أن المقدم لهذا المحتوى شخصية يثقون بها بنسبة 24.2%، فبالنسبة لهم مهما كانت لشخصية القائم بالاتصال مهمة إلا أن المصدر يبقى الأهم بما أن الهدف هنا هو اكتساب المعلومات والمعارف التي بإمكانها أن تضيف لهم شيئا ما.

رابعا: تحليل وتفسير بيانات اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة

الجدول رقم 18: يوضح الفيديوهات وتأثيرها على سلوك الطالب الجامعي

المتغيرات		التكرار	النسبة المئوية
الخيارات	نعم	22	35.5
	لا	40	64.5
	المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه تأثير الفيديوهات المعروضة عبر قناة مساحة على اليوتيوب في سلوك الطالب الجامعي، وكانت أغلب الإجابات ب "لا" حيث قدرت النسبة ب 64.5%، ما يمثل 40 مفردة من عدد العينة الإجمالي.

وترجع هذه النسبة المتحصل عليها إلى أن محتوى الفيديوهات المقدم بالنسبة لهم هدفه فكري ذهني معرفي وعلمي، فالواجب هنا تغيير المستوى المعلوماتي بعيدا على السلوك مهما كان نوعه إيجابي أو سلبي لن يغير في الأمر شيئا.

أما ما تبقى من النسبة الكلية والتي كانت إجابتها "نعم"، اعتبرت أن فيديوهات قناة مساحة تغير في سلوكاتهم بنسبة قدرت ب 35.5%، فقد يكون التأثير سلبيا من خلال أنه وبإستمرار متابعة محتويات القناة يصبح الطالب في إدمان حيث يقضي ساعات طويلة في المشاهدة وهو ما يؤثر نفسيا وجسديا عليه، وهو نوع من أنواع إدمان التكنولوجيا. في حين أنه بإمكان التأثير أن يكون إيجابيا، فمن خلال ما يكتسبه من ثقافات قد يزيد من التحفيز على التعلم أكثر أو تغيير سلوكه للأفضل.

الجدول رقم (19): يوضح الحرص على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	29	46,8
لا أوافق	7	11,3
محايد	26	41,9
المجموع	62	100

يبين الجدول أعلاه درجة حرص الطلبة على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم نلاحظ تقارب في النسب بين الطلبة الذين يحرصون على أن يتابعوا قناة مساحة بشكل منتظم ب46% ومنهم محايدون عن الإجابة بنسبة 41.9%، فيما سجلت لا أوافق 11.3%.

تعود النسبة الأولى إلى أن الطلبة يحاولون مشاهدة و متابعة المضامين المعروضة عبر قناة مساحة في اليوتيوب بشكل متواصل ومنتظم هذا ما يؤكد الاهتمام البالغ الذي يوليه الطلبة خاصة,والتنوع الذي تحتويه القناة ما يجعلهم يحرصون على الاطلاع عليه.

أما النسبة المتعلقة بأنهم محايدون فقد تعود إلى أنهم لا يتابعون بشكل منتظم أو لا يهتمون كثيرا بالوقت.

أما إجابة لا أوافق فتعود إلى أن الطلبة ليس لديهم وقت محدد في متابعة مضامين القناة.

الجدول رقم (20): يبين مساهمة برامج قناة مساحة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	50	80,6
لا أوافق	4	6,5
محايد	8	12,9
المجموع	62	100

يمثل الجدول أعلاه مساهمة قناة برامج مساحة في التحفيز من اجل الحصول على معرفة أكثر،حيث قدرت أعلى نسبة في "أوافق" ب:80.6% أي أن برامج القناة تساهم في تحفيزهم على المعرفة،تليها"محايد" بنسبة 12.9%، في حين سجلت "لا أوافق" اضعف نسبة حيث قدرت ب: 6.5% ،وبناءا على هذه الإحصاءات المسجلة يعود تعليل الخيار الأول إلى التنوع الذي تحتويه القناة والخيارات العديدة التي بإمكانهم متابعتها ما يزيد من تحفيزهم من اجل الحصول على معارف أكثر.

في حين أن النسبة المتعلقة بالطلبة الذين اختاروا "محايد" فإن هذا ما يبرره هو أنهم لا يملكون أي هدف من وراء متابعتهم للقناة.

الجدول رقم (21): يوضح عرض قناة مساحة لمضامين تتماشى مع عقائدنا العربية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	32	51,6
لا أوافق	5	8,1
محايد	25	40,3
المجموع	62	100

عرض قناة مساحة لمضامين تتماشى مع عقائدنا العربية، حيث نلاحظ تقارب في النسب بين الإجابتين "أوافق" ب51.6%، ومحايد ب40.3%، فيما سجلت النسبة الأقل في "لا أوافق" بنسبة لا تتجاوز 8.1%.

وبناء على المعطيات الكمية يمكننا القول أن أغلب الإجابات المتعلقة بأن قناة مساحة تعرض مضامين تتماشى مع العقائد العربية، يعود إلى أن الأصل الأ,ل والأخير والفعلي للقناة أنها قناة عربية يقوم صاحبها باستعمال اللغة الفصحى من أجل ايصال أفكاره إلى المتابعين، كما أن الاشتراك في القناة كبير جدا من مختلف الدول العربية ومختلف الأعمار ما يبرره أن مضمونها لا يتجاوز العقيدة العربية الإسلامية.

في حين فضلت نسبة معينة من العينة المدروسة عدم الإجابة وهذا قد يرجع إلى المتابعة القليلة والغير منتظمة لمضامين قناة مساحة وبذلك عدم استطاعتهم إبداء رأيهم وتقييمهم لها.

الجدول رقم (22): يبين تشجيع قناة مساحة على العنف والفوضى

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	4	6,5
لا أوافق	43	69,4
محايد	15	24,2
المجموع	62	100

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين تشجيع برامج قناة مساحة على العنف والفوضى، نلاحظ أن أغلب الإجابات كانت "لا أوافق"" بنسبة قدرت ب69.4%، تليها "محايد بنسبة 24.2%، وأخيرا "أوافق" ب 6.5%.

تعكس الإحصاءات الكمية إجابة الطلبة المتعلقة بعدم اتفاقهم مع أن البرامج المعروضة عبر قناة مساحة تشجع لديهم على العنف والفوضى، وقد يرجع هذا إلى وعيهم وإمكانية معرفة الخطأ من الصواب.

أما إجابة "محايد" فمن المرجح أن الاهتمام بمضمون وبرامج قناة مساحة ليس كبير لديهم وهذا لا يمنحهم حق تقييمها.

الجدول رقم (23): يبين عرض قناة مساحة لمضامين تؤثر على سلوك الفرد

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	24	38,7
لا أوافق	16	25,8
محايد	22	35,5
المجموع	62	100

يبين هذا الجدول تأثير قناة مساحة على سلوك الفرد، نلاحظ تقارب في النسب بين "أوافق" بنسبة 38.7%و "محايد" بنسبة 35.5%.

هذا راجع إلى التأثير الذي تتركه في الفرد من خلال السلوكيات الإيجابية عن طريق اكتساب وتعلم مهارات، أو السلوكيات السلبية من خلال أن المشاهدة المستمرة قد تشكل لديهم إدمان عليها.

أو أنه ولعدم حرصهم على المتابعة بانتظام لمحتوياتها فهذا سيجعلهم حتما يفضلون عدم الإجابة بشكل صريح فيختارون محايد.

لتأتي النسبة الأضعف في "لا أوافق" وهذا لعدم ملاحظة تغيير أو تعديل في سلوكاتهم بعد أن يشاهدوا ما تعرضه قناة مساحة عبر اليوتيوب.

الجدول رقم (24): يوضح عرض قناة مساحة لقصص غربية تساهم في نشر ثقافتهم

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	32	51,6
لا أوافق	9	14,5
محايد	21	33,9
المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه عرض قناة مساحة للقصص الغربية وإذا ما كانت تساهم في نشر ثقافتهم، حيث نلاحظ أن النسبة الأعلى كانت في الإجابة "موافق" بنسبة 51.6%، أي ان قناة مساحة تعرض قصص غربية تساهم في نشر ثقافتهم، يأتي هذا من خلال اعتقادهم وبحكم متابعة القناة أن الحقائق الغربية التي تعرضها بإمكانها فرض مفاهيم غربية على القيم الأصلية والأساسية في فكرنا العربي والإسلامي.

تليها "محايد" بنسبة 33.9%، على اعتبار أن نسبة منهم قد تكون متابعتها للقناة محدودة جدا وبذلك يصعب عليهم تحديد الإجابة المناسبة.

في حين أضعف نسبة سجلت في "لا أوافق" أي أنهم لا يرون أن قناة مساحة تعرض قصص غربية تساهم في نشر ثقافتهم على اعتبار أن القناة عربية.

الجدول رقم (25): يوضح قناة مساحة إذا ماكانت تؤدي إلى الإدمان على موقع اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	18	29
لا أوافق	27	43,5
محايد	17	27,4
المجموع	62	100

يوضح هذا الجدول قناة مساحة تؤدي إلى الإدمان على موقع اليوتيوب، حيث جاء تقييم بعض من العينة بنسبة 43,5% لا يوفقون أن قناة مساحة تؤدي إلى الإدمان كموقع اليوتيوب، ما يقابل ذلك أقل نسبة جاءت بـ 27,4% محايدون عن الإجابة ومتحفظون عن ذلك، في حين نجد نسبة 29% من عينة موافقون على أن قناة مساحة تؤدي إلى الإدمان على موقع اليوتيوب.

من خلال المعطيات الكمية نلاحظ أن برامج قناة مساحة لا تؤدي إلى الإدمان على موقع اليوتيوب، وهذا ما يؤكد أن للقناة دور فعلي في التعلم والاطلاع واكتساب خبرات ومعارف وأيضا تولد فيه اكتشاف على ما هو جديد من مواضيع ومحتويات تتماشى مع رغبته.

الجدول رقم (26): تساهم برامج قناة مساحة في زيادة الوعي الفكري

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	49	79
لا أوافق	1	1,6
محايد	12	19,4
المجموع	62	100

يبين هذا الجدول مساهمة برامج قناة مساحة في زيادة الوعي الفكري، فالملاحظ من هذه المعطيات الكمية أن نسبة كبيرة من العينة 79% توافق على أن برامج قناة مساحة تساهم في زيادة الوعي الفكري، وتليها الإجابة "لا أوافق" بنسبة قدرت بـ 1.6%، وأما عن محايد فكانت بـ 19,4%.

تساهم برامج البودكاست وبالأخص قناة مساحة في زيادة رصيد الفكري والمعرفي والعلمي للطالب الجامعي، كما تغرس فيه حب الاطلاع والاكتشاف حول المواضيع والثقافات المتنوعة، والتي بدورها أن تؤدي إلى زيادة الوعي الفكري له.

الجدول رقم (27): يبين مشاهدة أن مضامين قناة مساحة تكسب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	41	66,1
لا أوافق	7	11,3
محايد	14	22,6
المجموع	62	100

من خلال هذا جدول والذي يؤكد مشاهدة مضامين قناة مساحة تجعلك تكتسب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى، فنجد أكبر نسبة كانت لـ "موافق" قدرة بـ 66,1%، في حين الخيار الآخر "لا أوافق" نسبته قدرت بـ 11,3%، وتليها "محايد" 22,6%.

من خلال المعطيات الكمية التي تبين نسبة كبيرة من العينة موافقة أن مشاهدة مضامين مساحة على اليوتيوب تجعل الطالب الجامعي يكتسب عقائد وثقافات لمجتمعات أخرى، إن اكتساب ثقافة أو قيم إيجابية تمكن الفرد من زيادة نسبة الوعي لديه، وذلك عن طريق الملاحظة والتعلم والتفاعل المستمر بين اكتساب معارف وتواصل مع آخرين، في هذا يمكن دمج جزء من الثقافة الجديدة ضمن ثقافة الفرد نفسه.

الجدول رقم (28): يوضح إذا ماكانت برامج قناة مساحة على اليوتيوب مضيعة للوقت ولا تنشر أي ثقافة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	6	9,7
لا أوافق	44	71
محايد	12	19,4
المجموع	62	100

يوضح الجدول أعلاه اعتبار قناة مساحة على اليوتيوب مضيعة للوقت ولا تنشر أي ثقافة، فنجد أكبر عدد من العينة المدروسة لا يوافقون هذه العبارة ولا يرون أن اليوتيوب مضيعة للوقت ولا ينشر أي ثقافة، في حين يقابلها أضعف نسبة بـ 9,7% "موافقون" لذلك، أما عن الأخير "محايد فقد كانت بـ 19,4%.

من هذه الإحصائيات الكمية، تبين أن أكبر عدد من العينة لا يوافقون أن برامج قناة مساحة مضيعة للوقت ولا تنشر ثقافة بالنسبة لهم هي جسر لتعريف بثقافات وعرض محتويات ومواضيع التي من خلالها تجعل الطالب الجامعي يكتسب معارف وأفكار حول مختلف الثقافات والعلوم، التي بدورها لا تؤدي لمضيعة للوقت، بل زيادة حب الاطلاع واكتساب خبرات متنوعة، فتعرض لمثل هاته البرامج يساهم في تنمية قدرات فكرية وعقلية للطالب الجامعي.

الجدول رقم (29): توضح لا تؤثر المضامين التي تعرضها قناة مساحة على المتابع بأي شكل من الأشكال

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	10	16,1
لا أوافق	25	40,3
محايد	27	43,5
المجموع	62	100

يبين هذا الجدول لا يوجد تأثير لمضامين الموجودة في قناة مساحة على المتابع بأي شكل من الأشكال، فالملاحظ من خلال المعطيات الكمية أن نصف ما يعادل العينة محايدون في إجابتهم بنسبة 43,5%، في حين 40,3% من لا يوافقون ذلك، أما عن أقل نسبة كانت تقدر بـ 16,1% من هم موافقون لذلك.

الجدول رقم (30): يوضح تساعد المفاهيم الثقافية في الاطلاع على العالم بأسره واكتساب معارف جديدة وثقافات مختلفة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	53	85,5
لا أوافق	3	4,8
محايد	6	9,7
المجموع	62	100

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح المفاهيم الثقافية ومساعدتها في الاطلاع على العالم بأسره واكتساب معارف جديدة والثقافات، فنجد أكبر الإجابة قدرت نسبتها بـ 85,5% موافقون على هذه العبارة، في مقابل ذلك أضعف نسبة جدا قدرت بـ 4,8% "لا يوافقون" ومحايدون بنسبة 9,7% لباقي العينة المدروسة.

إن المفاهيم والمصطلحات الثقافية وحتى المعارف والمعلومات المعروضة في قناة تسعد الطالب الجامعي في الاطلاع على العالم ومختلف الشعوب والتعرف على طبيعة المجتمع ولغته وقيمه يزيد ذلك في رصيده المعارفي، فاكتساب معارف والاطلاع على عادات مجتمعات أخرى يجعل الفرد يكتشف ويبحث عن هذه الثقافة المختلفة عن ثقافته، ما تجعله يكتسب خبرات وقدرات مكتسبة من هذا الاطلاع.

خامسا: تحليل وتفسير بيانات مساهمة قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي حسب متغيرات الدراسة

الجدول رقم (31): يوضح النظرة إلى قناة مساحة حسب متغير السن والمستوى الجامعي

المتغيرات			ماذا تمثل قناة مساحة بالنسبة إليك:			المجموع
			إعلام بديل عن الإعلام التقليدي	وسيلة للتعبير الحر	أداة تشاركية لنشر المعلومات	
السن	من18-22سنة	التكرار	9	12	0	21
		النسبة المئوية%	42,90%	57,10%	0,00%	100%
	من23-27سنة	التكرار	0	6	33	39
		النسبة المئوية%	0,00%	15,40%	84,60%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	11	18	33	62
		النسبة المئوية%	17,70%	29,00%	53,20%	100%
المستوى الجامعي	ليسانس	التكرار	5	13	1	19
		النسبة المئوية%	26,30%	68,40%	5,30%	100%
	ماستر	التكرار	0	5	32	37
		النسبة المئوية%	0,00%	13,50%	86,50%	100%
	دكتوراه	التكرار	6	0	0	6
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	11	18	33	62
		النسبة المئوية%	17,70%	29,00%	53,20%	100%

حاولنا من خلال هذا الجدول ربط العلاقة بين متغير السن و المستوى الجامعي و رأي الطلبة المشاهدين ونظرتهم لقناة مساحة على اليوتيوب، فوجدنا أن هناك اختلاف بين الفئات العمرية الأربعة والمستوى الجامعي، فالفئة العمرية الأولى (18-22سنة) يمكن اعتبار أنها في مرحلة الليسانس بنسبة68.4% وبحكم السن فقد اعتبروا قناة مساحة بالنسبة إليهم هي وسيلة للتعبير الحر بنسبة تفوق 57%، كونها تمكنهم من التعبير عن كل الموضوعات والثقافات المطروحة في فيديوهات قناة مساحة، هذه الأخيرة يجدون فيها فضاء لحرية التعبير الكاملة من

خلال المحتويات التي تنشرها دون قيود في إطار السياسة الإعلامية مع احترام كل ثقافات المجتمعات، بالإضافة إلى أنها الوسيلة الأنسب لهم من أجل طرح المواضيع التي تلفت انتباههم وتهمهم بشكل أكبر، إذ ما قمنا بمقارنة هذا الاختيار بالفئات العمرية الأخرى فنلاحظ أن النسبة في تناقص ملحوظ، بحيث من (23–27سنة) لم تزد النسبة عن 15%، في حين انعدمت تماما من (28–32) و من(32 فما فوق) بنسبة 0% وربما هذا راجع إلى أن نظرتهم على قناة مساحة تتغير على حسب المستوى العمري.

ومع ذلك فإن الملاحظ أيضا في الخيار "أداة تشاركية لنشر المعلومات" كانت بنسبة تفوق 84% في الفئة العمرية من (23–27سنة) والتي يمكن ربطها بمستوى الماستر والتي مثلت نسبتها 86.5% بشكل عام يمكن القول أن نظرتهم لهذه القناة أنها وسيلة لنشر المعلومات فقد اهتموا هنا أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها في نشر المواضيع الثقافية.

فنجد أن نظرتهم تهتم بمضمون الرسالة أكثر من الوسيلة بحد ذاتها، باعتبارها أداة توسطية فاعلة في تشجيع التفاعل بين الأفراد والتشارك في المعلومات والمضامين الثقافية المطروحة في فيديوهات قناة مساحة عبر اليوتيوب.

أما باقي النسب فنجدها منعدمة تماما بنسبة 0% في الفئات العمرية التالية من (28–32) ومن (18–22سنة) ومن (32 فما فوق)، فنجد الخيار الأخير قد قدرت نسبته ب100% للفئتين العمريتين (من28–32سنة) و(من 32 فما فوق) وحسب وجهة نظرنا تمثل طلبة الدكتوراه الذين اختاروا على أنه إعلام بديل عن الإعلام التقليدي، فنجد أن هذا الخيار كان بناء على الرؤية الواسعة والتي ركزت على البودكاست أنه وسيلة بإمكانها معاصرة التطور التكنولوجي المستمر لينتقل من وسيلة تقليدية ركزت على الصوت وفقط إلى وسيلة جدية ومتطورة أضافت الصور المتحركة إلى المحتويات المقدمة من خلالها بعيدة أيضا على الإذاعة والتلفزيون واللجوء إلى مجموع الوسائط المتعددة لتأتي في مقدمتها اليوتيوب، في حين نجد أن الفئة العمرية من (18–22سنة) نسبها كانت ب42.9% وهي نسبة معتبرة جدا تؤكد ما جاء في التبرير السابق،

إلا أن انعدام التام عند الفئة العمرية من (23-27سنة) يمكن أن نرجعه إلى أنهم ينظرون للبودكاست على انه مضمون أكثر منه وسيلة.

الجدول رقم (32): يوضح نوع المواضيع التي تلفت الانتباه خلال مشاهدة محتوى قناة مساحة بالنسبة لمتغيري السن والجنس

المتغيرات			نوع المواضيع التي تلفت انتباهك خلال مشاهدتك لمحتوى قناة مساحة:						المجموع
			قصص النجاح	الرعب والغموض	الشخصيات والأساطير	المعلومات الغريبة	الأفلام	الكتب والروايات(امة اقرأ)	
الجنس	ذكر	التكرار	4	1	0	12	1	7	25
		النسبة المئوية%	16,00%	4,00%	0,00%	48,00%	4,00%	28,00%	100%
	أنثى	التكرار	11	8	8	1	1	8	37
		النسبة المئوية%	29,70%	21,60%	21,60%	2,70%	2,70%	21,60%	100%
المجموع		التكرار	15	9	8	13	2	15	62
		النسبة المئوية%	24,20%	14,50%	12,90%	21,00%	3,20%	24,20%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	0	0	1	9	0	11	21
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	4,80%	42,90%	0,00%	52,40%	100%
	من23-27سنة	التكرار	15	9	7	4	0	4	39
		النسبة المئوية%	38,50%	23,10%	17,90%	10,30%	0,00%	10,30%	100%
	من28-32سنة	التكرار	0	0	0	0	1	0	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00 %	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	0	0	0	0	1	0	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00 %	0,00%	100%
المجموع		التكرار	15	9	8	13	2	15	62
		النسبة المئوية%	24,20%	14,50%	12,90%	21,00%	3,20%	24,20%	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي تم ربطه بين متغيري الجنس والسن، سجلنا ردودا مختلفة في اهتمامات المشاهدين لبعض أقسام المواضيع المذكورة في فيديوهات قناة مساحة، فبالنسبة

للذكور فإن أعلى نسبة كانت في خيار المعلومات الغريبة، حيث قدرت ب %48وهو ما يتوافق مع المستوى العمري (18–22سنة) بنسبة 42%.

وفي نفس هاته الفئة العمرية سجلنا تباين في النسب قدر ب 52.4% عند الكتب والروايات. إن هذه الإحصاءات تؤكد أن جنس الذكور يهتمون بالبحث عن المعلومات والأفكار، وحتى الروايات والكتب الغريبة التي تعلمهم وتخبرهم شيئا جديدا لم يكونوا على علم به سابق وعما هو متداول لديهم، فمهما تتعدد مصادر المعلومات وتتنوع طبيعتها الأهم هنا هو التنشئة الثقافية والتي تقوم على تنمية العقل وبناء فكري وعلمي ومعرفي والذي يصل إليه الطالب الجامعي من خلال إطلاعه على مثل هاته الفيديوهات.

أما أقل نسبة لجنس الذكور فقد كانت منعدمة تماما "للشخصيات والأساطير" والذي يمكننا القول بأن هذه الفئة لا تهتم بالتعرف على الشخصيات وتفاصيل حياتهم بل تبحث عن الجديد في الأفكار والمعلومات الغريبة كما ذكرنا سابقا ربما هذه الفئة تريد تنمية أفكارها بإشباع رغباتها في البحث عن الغريب من المعلومات.

وجاء التقييم الذي إختارته مجمل الطالبات في الفئة العمرية (18–22سنة) على أربعة اختيارات بشكل متباين فقد قدرت عند "قصص النجاح" ب 29.7% أما "الرعب والغموض" و "الشخصيات والأساطير" و"الكتب والروايات" كانت نفس النسب والتي قدرت ب 21.60%، فمبرره أن هذه الفئة من الإناث لا تركز في اختياراتها على موضوع واحد بل عدة مواضيع ثقافية يمكن من خلالها إتساع رؤى لديهم، فقصص النجاح بإمكانها أن تمثل لهم قوة لتشكيل شخصيتهم مثل ما ذكر في أحد الفيديوهات

أما خيار "الرعب والغموض" فهي بالنسبة لهم عبارة عن التسلية والترفيه وتمضية الوقت، في حين تعرفهم الشخصيات والأساطير على ثقافات ومعتقدات جديدة، أما الروايات والكتب (أمة إقرأ) تمثل لديهم ضرورة إنسانية وعامة لرقي المجتمع وتقدمه، فعند قراءتهم لتلك الكتب تنمي معارفهم وخبراتهم وترفع ذكاء لديهم.

في مقابل كل هذا فإن أضعف نسبة لهذه الفيديوهات هي "المعلومات الغريبة والأفلام" لفئة (من 28 إلى 32سنة) و (من 32 فما فوق) هذه الفئة كان حضورها محتشم بالنسبة لعينة دراستنا والذين يمثلون طلبة الدكتوراه بحكم السن.

الجدول رقم (33): يوضح الدافع إلى متابعة برامج قناة مساحة بالنسبة لمتغيري الجنس والسن

المتغيرات			الدافع إلى متابعة برامج قناة مساحة:				المجموع
			التسلية والترفيه	اكتساب معارف	حب الاطلاع	حكم انتشارها	
الجنس	ذكر	التكرار	0	6	18	1	25
		النسبة المئوية%	0,00%	24,00%	72,00%	4,00%	100%
	أنثى	التكرار	7	26	3	1	37
		النسبة المئوية%	18,90%	70,30%	8,10%	2,70%	100%
المجموع		التكرار	7	32	21	2	62
		النسبة المئوية%	11,30%	51,60%	33,90%	3,20%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	3	1	17	0	21
		النسبة المئوية%	14,30%	4,80%	81,00%	0,00%	100%
	من23-27سنة	التكرار	4	31	4	0	39
		النسبة المئوية%	10,30%	79,50%	10,30%	0,00%	100%
	من28-32سنة	التكرار	0	0	0	1	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	0	0	0	1	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
المجموع		التكرار	7	32	21	2	62
		النسبة المئوية%	11,30%	51,60%	33,90%	3,20%	100%

يربط الجدول بين المتغير الجنس والسن ودافع لمتابعة برامج قناة مساحة من خلال 4 خيارات للمبحوثين للإجابة عليهم، فقد قدرت النسبة المرتفعة للذكور في "حب الاطلاع" بـ 72% وهذا ما يتوافق مع الفئة العمرية من (18 – 20 سنة) بنسبة 81%، إن هذا الخيار ليس بالمفاجئ والغريب بالنسبة لهم، فمن المتعارف عليه أنهم الفئة الأكثر اهتمام بكل ما هو جديد وغير مسبوق واكتشاف معارف جديدة من خلال الاطلاع وبالاستعانة بنظرية الغرس الثقافي

والتي قمنا بالإشارة عليها في جانب النظري لدراستنا، والتي تؤكد أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الأنماط الثقافية[1]، ومن هنا يمكننا القول أن لليوتيوب دورا مهم في تأثير على الطلبة الجامعيين من خلال عرضه لعدة مواضيع ومضامين مختلفة ما تزيد من رغبته في تعرف وحب الاطلاع أكثر ومن هنا تأتي مرحلة التعلم التي تسبقها عوامل مثل الانتباه والتذكر والقدرة على الربط بين المعلومات ببعضها البعض[2]، وهذا ما يساهم في زيادة تنمية العقل والبناء الفكري والعلمي والمعرفي الذي يصل إليه الطالب الجامعي من خلال اطلاعه وتعلمه من مختلف العلوم والثقافات الأخرى، وهذا يطلق عليه بالتنشئة الثقافية.

في حين نجد أن أقل نسبة كان في التسلية والترفيه بنسبة 0%، وهذا لأن هدف الطلبة الجامعيين ليس تمضية الوقت أو الترفيه عن ذاته، بل يزيد اكتشاف الثقافات والمعتقدات وعلوم أخرى تساعده في الرفع من مستواه العلمي.

ولا يختلف الأمر كثيرا لدى الإناث فدافعهم لمتابعة قناة مساحة كان من أجل اكتساب معارف فقد قدرت نسبته بـ 70,3% ما يقابلها الفئة العمرية (23 – 27 سنة) بنسبة 79,5%، إن عملية اكتساب المعارف الجديدة تأتي من الاطلاع على مختلف الثقافات والمواضيع والمعلومات التي تنشرها البودكاست، هذه الأخيرة تساعدهم في تحليل المواقف التي بإمكانها أن تصادفهم وتشكل لديهم إدراكات عن العالم الحقيقي وبنائهم للواقع الاجتماعي من حولهم.

فمجمل القول أن الثقافة ترتبط بأبعاد التعلم والميزات التي يكتسبها الشخص من خلال إطلاعه وتعلمه بهدف اكتساب معارف جديدة.

إن الفئة الأخيرة من (28 – 32 سنة) و(32 سنة فما فوق)، والتي لم تفاجئنا في اختياراتها كانت دوما أقل نسبة، وفي هذا الجدول كانت نسبة بمعدل 3,2% في خيار "بحكم انتشارها"، ربما هذا الاختيار يرجع إلى دائرة نظرتهم الواسع التي تركز على المواضيع والمحتويات الثقافية الأكثر انتشارا ومعروفة في الواقع الحقيقي.

---

[1]– عبد النبي عبدالله الطيب، المرجع السابق، ص 151–152.

[2]– عبدالنبي عبدالله الطيب ، المرجع نفسه، ص152.

الجدول رقم (34): يوضح الفيديوهات التي بإكانها إثراء معارف الطالب الجامعي بشكل أفضل وفقا لمتغير الجنس والسن

المتغيرات			الفيديوهات التي بإمكانه إثراء معارفك بشكل أفضل:					المجموع
			تتلكيس بقصة نجاح	الرجل الذي غير العصر والقرن 21بكتاب متعفن	حقائق عن جسم الإنسان تكاد لا تصدق	كيف تصبح اكثر ذكاء	نظريات علمية اقرب للجنون	
الجنس	ذكر	التكرار	4	0	0	12	9	25
		النسبة المئوية%	16,00%	0,00%	0,00%	48%	36%	100%
	أنثى	التكرار	4	6	14	11	2	37
		النسبة المئوية%	10,80%	16,20%	37,80%	29,70%	5,40%	100%
المجموع		التكرار	8	6	14	23	11	62
		النسبة المئوية%	12,90%	9,70%	22,60%	37,10%	17,70%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	1	0	0	16	4	21
		النسبة المئوية%	4,80%	0,00%	0,00%	76,20%	19,00%	100%
	من23-27سنة	التكرار	7	6	14	7	5	39
		النسبة المئوية%	17,90%	15,40%	35,90%	17,90%	12,80%	100%
	من28-32سنة	التكرار	0	0	0	0	1	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	0	0	0	0	1	1
		النسبة المئوية%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100%
المجموع		التكرار	8	6	14	23	11	62
		النسبة المئوية%	12,90%	9,70%	22,60%	37,10%	17,70%	100%

يوضح الجدول أعلاه الفيديوهات والتي بإمكانها إثراء المعارف بشكل أفضل للطالب الجامعي وربطها مع متغيري [الجنس والسن]، فالملاحظ هنا أن هناك تباين لدى الذكور في الخيارين "كيف تصبح أكثر ذكاءا بنسبة 48%، ونظريات علمية أقرب للجنون بنسبة 36%، عكس باقي الفيديوهات التي كانت نسب فيها ضئيلة جدا، ما يقابلها الفئة العمرية التي سجلت نسبة عالية قدرت بـ 76,2% في نفس الفيديو والذي كان بعنوان (كيف تصبح أكثر ذكاءا).

هذا ما يؤكد لنا الإجابة السابقة لدى الذكور في جدول رقم 32 في نوع المواضيع التي تلفت انتباههم، حيث مثلت أعلى نسبة لديهم في معلومات الغربية والتي ضمنها (كيف تصبح أكثر ذكاءا) ونظريات أقرب للجنون.

إن هذا الاختيار قد تم بناءا على اهتماماتهم المرتبطة بتنمية المستوى العلمي لأفكارهم، والتي بإمكانها مساعدتهم في الاطلاع أكثر على مختلف المواضيع الثقافية حتى المرتبطة بتخصصهم العلمي، وهذا ما يرتبط ببرامج البودكاست التي تنشر ثقافة جماهيرية لمواقف جديدة عبر وسائل الإعلام والاتصال المختلفة لدى جماهيرها الواسعة ومصادرها معروفة، هناك اختلاف تماما لما جاء عليه الذكور عكس الإناث التي جاء تقييمهم لخبرات الأربعة بنسب موزعة فيما بينها، حيث جاء الخيار الأول بنسبة 10,8% يليه مباشرة الخيار الثاني بـ 16,2% والثالث 37,80%، في حين جاء الخيار الرابع بـ 29,7%، فنلاحظ اهتمام الإناث منوع في بحث عن مصادر المعارف والمعلومات المختلفة، لأن أغلب الفتيات تلجأ إلى التغيير والتنوع في المحتويات والمضامين التي تتعرض لها ما يساهم في زيادة رصيدهم المعرفي والتعرف على وجهات نظر بديلة ومغايرة عما ألفته.

حيث جاءت نظريات أقرب للجنون بـ 5,4% فهي نسبة أقل للإناث مقارنة للذكور التي كانت متوسطة نسبة، من خلال نرى أن الذكور توجههم واحد وواضح في الاطلاع على المواضيع التي يمكنهم الاستفادة منهم عكس الإناث الذين تختلف وتتعدد آرائهم وتوجهات نحو المواضيع وتعرف على مختلف الثقافات وتنوع في المضامين والمحتويات الثقافية، التي تنشرها برامج بودكاست من بينها قناة مساحة التي تتعدد محتوياتها الثقافية.

سادسا: تحليل وتفسير بيانات مدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهدين حسب متغيرات الدراسة

الجدول رقم (35): يوضح أكثر الثقافات والتقاليد التي تنشرها قناة مساحة على اليوتيوب وفقا لمتغيري السن والجنس

المتغيرات			أكثر الثقافات والتقاليد التي تنشرها قناة مساحة على اليوتيوب:			المجموع
			ثقافة غربية	ثقافة عربية	كلاهما	
الجنس	ذكر	التكرار	7	10	8	25
		النسبة المئوية%	28,00%	40,00%	32,00%	100%
	أنثى	التكرار	1	2	34	37
		النسبة المئوية%	2,70%	5,40%	91,90%	100%
المجموع		التكرار	8	12	42	62
		النسبة المئوية%	12,90%	19,40%	67,70%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	5	8	8	21
		النسبة المئوية%	23,80%	38,10%	38,10%	100%
	من23-27سنة	التكرار	1	4	34	39
		النسبة المئوية%	2,60%	10,30%	87,20%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	8	12	42	62
		النسبة المئوية%	12,90%	19,40%	67,70%	100%

يوضح هذا الجدول أكثر الثقافات والتقاليد التي تنشرها قناة مساحة على اليوتيوب وربطها بمتغيرين الجنس والسن، فنلاحظ أن جنس الذكور في الفئة العمرية (18 – 22 سنة) تأتي إجابتهم موزعت على الخيارات الثلاثة، فقد كانت نسبة كل من ثقافة عربية وكلاهما بـ 38,10% وهذا بناءا على أن الثقافة العربية غنية عن التعريف، لما تحمله من القيم والمبادئ ومعتقدات والتقاليد والأعراف والتي تنشأ مع الفرد منذ الصغر، وكما تزخر به من تراث يجعل

منها ذو أهمية بين الشعوب الأخرى خاصة وأنها منبع الحضارات العربية، في غضون ذلك نجد الطالب الجامعي متمسك بقيمه وثقافته فهو يحاول ألا ينقص من القيم العربية بمشاهدته للثقافة الغربية وتأثير بها في سلوكياته بالإضافة إلى ذلك نجد خيار آخر وهو "كلاهما" بنفس النسبة 38,10%، والذي يبين أن مضمون قناة مساحة لا يقتصر على ثقافة العربية وفقط، بل هو مزيج بين الثقافتين العربية والغربية، خاصة وأن اهتمام الطالب الجامعي لا يركز على ثقافة دون أخرى، حيث لا يقتصر ذلك على ثقافته والقيم التي تبنى عليها والتي نشأ فيها بل يتعداه إلى محاولة التعرف على ما جاءت به الثقافة الغربية كذلك، خاصة وإن الشباب اليوم أصبحوا يهتمون بمختلف الثقافات التي وإن غابت في الثقافة العربية فسيجيدونها الغرب.

رغم الاختلاف الحاصل فإن لكل مجتمع ثقافته الخاصة التي يتسم بها وبمقوماتها وأساليبها، إلا أن الشباب اليوم يهتمون بمختلف الثقافات فمهما اختلفوا تبقى أمور كثيرة يتفقون عليها.

إن التنوع الثقافي حقيقة سوسيولوجية سواء كان بين مجال ثقافي وآخر أو بين الثقافات الفرعية، في واقع الأمر ليس هناك اختلاف بين الجنسين، فقد اتفق الإناث في إجابات في إجابة (كلاهما) بنسبة تفوق 87% وهي نسبة عالية جدا ومبررة فيما سبق ذكره.

الجدول رقم (36): يوضح تأثير لغة المقدم عبر قناة مساحة على لغة الحديث حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي

			تأثير لغة المقدم عبر قناة مساحة على لغة حديثك:		المجموع
			نعم	لا	
الجنس	ذكر	التكرار	6	19	25
		النسبة المئوية%	24,00%	76,00%	100%
	أنثى	التكرار	24	13	37
		النسبة المئوية%	64,90%	35,10%	100%
المجموع		التكرار	30	32	62
		النسبة المئوية%	48,40%	51,60%	100%
المستوى	ليسانس	التكرار	1	18	19
		النسبة المئوية%	5,30%	94,70%	100%
	ماستر	التكرار	29	8	37
		النسبة المئوية%	78,40%	21,60%	100%
	دكتوراه	التكرار	0	6	6
		النسبة المئوية%	0,00%	100,00%	100%
المجموع		التكرار	30	32	62
		النسبة المئوية%	48,40%	51,60%	100%

يبين هذا الجدول تأثير لغة المقدم عبر قناة مساحة على لغة حديث الطالب الجامعي، فقد تم ربط هذا السؤال بمتغير الجنس والمستوى الجامعي، فنجد أن الجنس الذكور من مستوى ليسانس بنسبة 94,3% يعتبرون أن لغة المقدم صاحب قناة مساحة لا تؤثر على لغة حديثهم، ما يقابل ذلك الجنس الإناث من مستوى الماستر يعتبرون لغة المقدم في قناة مساحة تؤثر على لغة حديثهم وذلك بنسبة 78,4%.

من خلال المعطيات الكمية يمكننا القول أن الذكور لا يهتمون باللغة والمصطلحات المستخدمة في المحتويات المقدمة والتي يعرضها صاحب القناة، ومن خلال دراسات علم النفس تؤكد أن الذكور يتأثرون بكثرة بتقليد المظهر وتغييره أكثر من تقليد اللغة وكلام تغييرها فهم لا

يهتمون بأسلوب كلام وطريقة طرح بل يتعدى ذلك البحث والاطلاع على الأفكار والمعلومات كفيلة في زيادة رصيده الثقافي.

إن اللغة هي أحد مقومات ثقافة المجتمع ودليل على حضارته، فلغة المستخدم في طرح مواضيع قناة مساحة هي اللغة العربية الفصحى باعتبارها اللغة الأم في الدول العربية، لكن في واقع الأمر الكثير من دول العربية تستخدم لغتها العامية، فنجد أن الطالب الجامعي لا يكترث للغة العربية خاصة وأن اللغة المتداولة بينهم هي اللهجة العامية خصوصا في مواقع التواصل الاجتماعي.

على نقيض ذلك نجد أن الإناث وخاصة في مرحلة الماستر تتأثر لغة حديثهم من خلال اللغة التي يستعملها المقدم عبر قناة مساحة بنسبة قدرت بـ 84,90%.

إن هذه الفئة من الإناث أكثر حيوية وتأثرا بالواقع ومواقع التواصل الاجتماعي من بينها اليوتيوب فهي تسعى إلى تغيير كلامها وطريقة حديثها بكثرة خاصة أن دراسات نفسية تؤكد أن جنس الإناث تميل أكثر إلى الذكور من ناحية الاقناع والجذب في الكلام.

فتعتبر اللغة العربية الفصحى أساس الواقعي لكل تواصل بين أي مجموعات من الناس إنها صلة التواصل والرابط الحقيقي بين أي مجموعتين من مرسل ومتلقي ولغة الخطاب المقدم تخاطب العقول ناس، وبطبيعة الحال تنسجم طلبات مع تعابير كهذه خاصة ودرجة الدقة المستخدمة في الكلام، وهذا ما يدل على تشابه المتلازم بين المخاطب والمشاهد وهكذا يكون تأثير على حديث صاحب قناة على حديث طالبات.

الجدول رقم (37): يوضح معيار الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة وفقا لمتغيري الجنس والسن

المتغيرات			معيار الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة:			المجموع
			الاعتماد على الصور والفيديوهات	ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف الخاص بالقناة	شخصية اثق بها	
الجنس	ذكر	التكرار	16	2	7	25
		النسبة المئوية%	64,00%	8,00%	28,00%	100%
	أنثى	التكرار	1	28	8	37
		النسبة المئوية%	2,70%	75,70%	21,60%	100%
المجموع		التكرار	17	30	15	62
		النسبة المئوية%	27,40%	48,40%	24,20%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	15	6	0	21
		النسبة المئوية%	71,40%	28,60%	0,00%	100%
	من23-27سنة	التكرار	0	24	15	39
		النسبة المئوية%	0,00%	61,50%	38,50%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	17	30	15	62
		النسبة المئوية%	27,40%	48,40%	24,20%	100%

يوضح هذا الجدول المعيار الذي يعتمد الطلبة الجامعيين في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة مع ربط هذا بمتغيري الجنس والسن، حيث جاء تقييم الإجابات لجنس الذكور من فئة العمرية (18 – 22 سنة) بنسبة 71,4%.

إن معيارهم في هذا هو الاعتماد على الصور والفيديوهات فمن خلالها تصل المعلومة بشكل واضح وأبسط مهما كانت المعلومة معقدة، فإن هذا يعتمد على مهارات القائم بالاتصال ألا وهو صاحب قناة على يوتيوب فيقوم باستخدام إيماءات الوجه وحركة اليدين في شرح المواضيع والأفكار المقدمة في فيديوهات، كما يستعين بصور ومقاطع فيديو لشخصيات وعلماء

المناطق وكتب وذلك حسب المحتوى المراد إيصاله، فالصورة تغني عن ألف كلمة فهذه الأخيرة تساهم بشكل كبير في إقناع المشاهد وجعله يعيش متعة التصور الذهني فالمواد الإعلامية البصرية المتحركة تجعل المشاهد يتفاعل ويندمج معها بشكل أكبر.

في حين أن النسبة الأضعف لديهم في ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف الخاص بالقناة بنسبة لا تتعدى 8%، على نقيض ذلك نجد أن الإناث يعتبرون أن هذا الخيار (ذكر مصدر المعلومة) هو الأنسب بالنسبة لهم حيث جاء تقييمهم بـ 75,7% وهو ما يقابله في الفئة العمرية من [23 – 27 سنة] بنسبة 61,5%، وهذا ما يؤكد أن الإناث يهتمون بالبحث والاطلاع على مصدر المعلومة خلال المشاهدة وذلك لإثبات حقيقة ما يقال وصدق المعلومة من عدمها، خاصة وأن مصدر المعلومة يمكن الاستشهاد به واستعماله من أجل استرجاع المعلومات من الجديد بالإضافة إلى التأكد من صحة المحتوى المطروح.

في مقابل هذا نجد أن أضعف نسبة لهم في اعتماد على الصور والفيديوهات بنسبة 2,7%.

إن هذا الاختلاف بين الجنسين يبين أن لكل منهم رؤية خاصة فهنا لا تعتمد الإناث على كيفية وأسلوب الطرح المضامين بل تتعداه إلى اكتشاف المصدر الأساسي للأفكار المعروضة ضمن محتوى قناة مساحة.

في نفس هذا الطرح يعتمد الذكور على الصورة والفيديوهات في مصداقية المعلومة لديه مرتبطة بالبصر.

الجدول رقم (38): يبين تأثير الفيديوهات على سلوك الطالب الجامعي وفقا للجنس واللغات

المتغيرات			تأثير الفيديوهات على سلوك الطالب الجامعي:		المجموع
			نعم	لا	
الجنس	ذكر	التكرار	4	21	25
		النسبة المئوية%	16,00%	84,00%	100%
	أنثى	التكرار	17	20	37
		النسبة المئوية%	45,90%	54,10%	100%
المجموع		التكرار	21	41	62
		النسبة المئوية%	33,90%	66,10%	100%
اللغات	اللغة عربية	التكرار	10	29	39
		النسبة المئوية%	25,60%	74,40%	100%
	اللغة الفرنسية	التكرار	3	7	10
		النسبة المئوية%	30,00%	70,00%	100%
	اللغة الانجليزية	التكرار	6	3	9
		النسبة المئوية%	66,70%	33,30%	100%
	لغات أخرى	التكرار	2	2	4
		النسبة المئوية%	50,00%	50,00%	100%
المجموع		التكرار	21	41	62
		النسبة المئوية%	33,90%	66,10%	100%

يوضح الجدول أعلاه تأثير فيديوهات قناة مساحة على سلوك الطالب الجامعي، حيث تم ربطه بمتغيري الجنس واللغات، فنجد أن النسبة الأعلى عند الذكور قدرت ب 84% ما يقابله 21 من العدد الكلي للعينة المدروسة، ما يقابله أيضا اللغة العربية بنسبة تفوق 70%، لا تؤثر في سلوكهم، في حين نجد "نعم" بنسبة ضئيلة لا تتعدى 16%.

فالملاحظ أن جنس الذكور لا يتأثر خاصة وأن القناة تستعمل اللغة العربية الفصحى، فهذا لن يشكل لديهم فارقا على اعتبار أنها اللغة الأصلية وبذلك لن تؤثر فيه من ناحية تعلم لغات جديدة.

وقد يرجع هذا أيضا إلى أن الطلبة يرون أن المحتوى المقدم عبر قناة مساحة هي مواضيع للمشاهدة والاطلاع وتمضية الوقت والترفيه والترويح عن النفس فقط، لكن هذا لا يعني أن تؤثر أو تغير في اتجاهاتهم وسلوكهم، فالكثير من الدراسات أكدت على أنه ليس هناك علاقة تربط بين المحتوى المتابع وتغيير السلوك، كما أن جنس الذكور لا يتأثر بشكل كبير وسريع وسهل خاصة وأن صاحب القناة شخص عادي من حيث اللباس وقصة الشعر، خاصة وأن شباب اليوم يحاولون تقليد الشخصيات المشهورة من حيث المظهر الخارجي وأغلبها المتعلقة بلاعبي كرة القدم.

في حين يتأثر الإناث بنسبة 45.9%، إذا ما ربطناها باللغات الأجنبية وفي مقدمتها الانجليزية فترتفع النسبة إلى 66.7%، حيث أجابوا بأنهم يتأثرون بالفيديوهات المعروضة، وقد يرتبط هذا التأثير في السلوك على ردة الفعل التي تعطيها الفتيات من خلال الشعور بالسعادة والفرح عند المتابعة، أو في اكتساب مهارات جديدة خاصة من خلال الأفكار المطروحة، أو من ناحية الطريقة التي يعتمدها صاحب القناة من أجل إيصال أفكاره، من ناحية أخرى تؤكد الدراسات على وجود تأثيرات أخرى على السلوك، وهي دراسة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قام بها الطالب محمود عبدالرحيم سلوم، تحت عنوان أثر المضامين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لليوتيوب في العالم العربي، حيث توصلت نتائجها إلى أنه يؤثر سلبا على صحة اليافعين مما يسبب لهم أمراضا جسدية وضعف التركيز، ومن ثم الابتعاد عن الواقع والتأثر بالشخصيات البعيدة عن عادات مجتمعنا العربي وتقليد سلوكاتهم بنسبة مرتفعة.[1]

يمكن القول أيضا أن قد يكون بسبب أن برامج قناة مساحة تجعلهم يصابون بالعزلة الاجتماعية أيضا لأن معظمهم أصبحوا يفضلون العالم الافتراضي لإشباع رغباتهم.

---

[1]- محمود عبدالرحيم سلوم، أثرر المضامين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في العالم العربي–دراسة مسحية، مذكرة لنيل درجة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشراق الأوسط، عمان، 2020، ص75.

سابعا: تحليل وتفسير اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة حسب متغيرات الدراسة

الجدول رقم (39): الحرص على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم وفق متغيري السن والجنس

المتغيرات			الحرص على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم			المجموع
			أوافق	لا أوافق	محايد	
الجنس	ذكر	التكرار	7	5	13	25
		النسبة المئوية%	28,00%	20,00%	52,00%	100%
	أنثى	التكرار	22	2	13	37
		النسبة المئوية%	59,50%	5,40%	35,10%	100%
المجموع		التكرار	29	7	26	62
		النسبة المئوية%	46,80%	11,30%	41,90%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	6	5	10	21
		النسبة المئوية%	28,60%	23,80%	47,60%	100%
	من23-27سنة	التكرار	21	2	16	39
		النسبة المئوية%	53,80%	5,10%	41,00%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	29	7	26	62
		النسبة المئوية%	46,80%	11,30%	41,90%	100%

يوضح الجدول أعلاه متابعة قناة مساحة بشكل منتظم، بحيث تم ربطه بمتغيرين اثنين وهما الجنس والسن، فنلاحظ أن الذكور محايدون في الإجابة عن متابعة قناة مساحة بشكل منتظم، فقد قدرت النسبة ب52% من الفئة العمرية (18-22) بنسبة 47%، والفئة العمرية من (23-27) ب 41%، وأقل نسبة كانت لخيار "لا أوافق" ب 20%، أما إجابة "أوافق" قدرت ب28%.

من خلال المعطيات الكمية الموجودة في الجدول، ترى أن جنس الذكور يفضل "الحياد" في الإجابة على العبارة، فقد يرجع هذا إلى أنه لا ينحاز بين متابعتها بشكل منتظم والالتزام

بوقت محدد، فهو لا يتقيد بانتظام أو عدم الانتظام في مشاهدته، فيلجأ لها فقط حين تسنح له الفرصة أو كلما أراد التعرف والاطلاع على المعلومات والمواضيع في القناة، في مقابل ذلك نسبة 28% كانت إجابتهم مؤيدة لمتابعة القناة بانتظام باعتبارها تطرح مواضيع ثقافية وشيقة تجذب المشاهد لمتابعتها بشكل منتظم وأيضا يرجع إلى رغبة الطالب في المطالعة واكتساب المعارف التي من خلالها يكتسب الخبرة و إثراء معارفه.

في هذا الطرح نجد أن الإناث تتفق مع الذكور في هاته الإجابة، حيث يحرصون على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم وبنسبة قدرت ب 59.5% خاصة بالنسبة للفئة العمرية (23-27) بنسبة تفوق 53%.

إن هذه المعطيات الإحصائية تؤكد الرغبة الجامحة لديهن في الالتزام والحرص على المتابعة المحتوى المعروض، والاهتمام البالغ بأغلب ما تعرضه القناة من أجل اكتساب معارف، وهذا ما جاء به وتؤكد عليه نتائج الجدول المتعلق بالدافع الذي يجعل الطلبة يتابعون قناة مساحة في اليوتيوب، حيث كانت إجابة أغلب الإناث مرتبطة باكتساب المعارف، فالاطلاع المستمر لمثل هاته القنوات الثقافية والترفيهية يجعلهم يكتسبون أفكار، معلومات، وقيم ثقافية متنوعة، كما أن هاته الفئة الأكثر حيوية بمتابعة المحتويات التي تستطيع إثراء المكتسبات القبلية وبالأخص الثقافية منها، والتي تحاول بناء ذاتها واكتساب خبرات معرفية لها، فهذا ما يبني لديهم التنشئة الثقافية والتي تنمي قدراتهم العقلية.

كما أوضحت النسبة المتبقية لخيار "لا أوافق"، أن كلا الجنسين نسبة ضئيلة جدا قدرت ب 11.3% لا يحرصون على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم، وهذا ما يعود إلى وجود تفاوت في درجة الاهتمام بالمواضيع، فمتابعة نوع من الفيديوهات لا يمنع من عدم وجود ميل للفيديوهات الأخرى، وهذا ما ينتج عليه المشاهدة من دون التزام وانتظام.

الجدول رقم (40): مساهمة برامج قناة مساحة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر وفق متغيري الجنس والمستوى الجامعي

المتغيرات			تساهم برامج قناة مساحة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر			المجموع
			أوافق	لا أوافق	محايد	
الجنس	ذكر	التكرار	18	2	5	25
		النسبة المئوية%	72,00%	8,00%	20,00%	100%
	أنثى	التكرار	32	2	3	37
		النسبة المئوية%	86,50%	5,40%	8,10%	100%
المجموع		التكرار	50	4	8	62
		النسبة المئوية%	80,60%	6,50%	12,90%	100%
المستوى	ليسانس	التكرار	14	0	5	19
		النسبة المئوية%	73,70%	0,00%	26,30%	100%
	ماستر	التكرار	32	3	2	37
		النسبة المئوية%	86,50%	8,10%	5,40%	100%
	دكتوراه	التكرار	4	1	1	6
		النسبة المئوية%	66,70%	16,70%	16,70%	100%
المجموع		التكرار	50	4	8	62
		النسبة المئوية%	80,60%	6,50%	12,90%	100%

يوضح هذا الجدول مساهمة برامج قناة مساحة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر، وذلك بربطها من تغيري السن والمستوى الجامعي، فالملاحظ أن الذكور أعلى نسبة ل "أوافق" ب72%، تليها "لا أوافق" ب 8%، أما "لا أوافق" فهي ضئيلة ب 5.4%.

من خلال الأرقام والمعطيات الإحصائية نلاحظ أن هناك تقارب واتفاق نسبي بين كلا الجنسين بالنسبة لإجابة "أوافق" على أن برامج قناة مساحة تساهم في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر، إن هذا يتوافق مع نتائج الجداول السابقة خاصة المتعلق بالغاية من متابعة قناة مساحة، فالهدف الأول كان في اكتساب المعلومات والمعارف وحب الاطلاع.

إن المستوى الجامعي يتطلب من الطالب البحث أكثر والاطلاع المستمر حول مختلف المواضيع والعلوم التي من شأنها المساهمة في التحليل والمناقشة خاصة المرتبطة بتخصصه الجامعي، وهذا ما يتطابق مع النسب المتحصل عليها في المستويات الجامعية الثلاث وبنسب مرتفعة، والتي جاءت على النحو التالي:

ليسانس بنسبة 73.7%، ماستر بنسبة 86.5%، دكتوراه 66.7% إن محتوى القناة يعرض محتويات متنوعة.

فمنها ما يتعلق بالمعلومات الغريبة ومنها الكتب والروايات أو الشخصيات وغيرها، هذا التنوع يزيد من رغبة المتابع في المشاهدة أكثر مما يساعد بشكل فعلي في التعلم والتنوع الفكري وبذلك تحصيل علمي معرفي، خاصة وأن العملية التعليمية تحتاج قدرات ومهارات كبيرة ومن خلال المحتوى المقدم سيتمكن من الحصول عليها، وبذلك يكون له تحفيز عقلي وذهني يمكنه من استيعاب المعلومات المتنوعة.

على غرار أقل عينة من الطلبة في رأيهم أن قناة مساحة لا تساهم في التحفيز من أجل الحصول على معرفة بنسبة قدرت عند الذكور ب8% والإناث ب5.4%، وهي نسبة ضئيلة جدا لا تعكس آراء الطلبة، وقد يرجع هذا إلى أنهم يتابعونها من أجل المتابعة وفقط وليس رغبة في زيادة معارف أو اكتساب مهارات أو تحسين مواقف، في مقابل ذلك نجد من هم "محايد" في إجابتهم بنسبة 20% ذكور و8.1% إناث.

الجدول رقم (41): تأثير مضامين قناة مساحة على سلوك الفرد حسب متغيري الجنس والسن

المتغيرات			تعرض قناة مساحة مضامين تؤثر على سلوك الفرد			المجموع
			أوافق	لا أوافق	محايد	
الجنس	ذكر	التكرار	9	7	9	25
		النسبة المئوية%	36,00%	28,00%	36,00%	100%
	أنثى	التكرار	15	9	13	37
		النسبة المئوية%	40,50%	24,30%	35,10%	100%
المجموع		التكرار	24	16	22	62
		النسبة المئوية%	38,70%	25,80%	35,50%	100%
السن	من18-22سنة	التكرار	9	3	9	21
		النسبة المئوية%	42,90%	14,30%	42,90%	100%
	من23-27سنة	التكرار	13	13	13	39
		النسبة المئوية%	33,30%	33,30%	33,30%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	24	16	22	62
		النسبة المئوية%	38,70%	25,80%	35,50%	100%

إن هذا الجدول يبين لنا المضامين التي تؤثر على سلوك الفرد، من خلال مشاهدة قناة مساحة وقد تم ربطه بمتغيرين الجنس والسن، فالملاحظ هنا أن جنس الذكور هناك تباين ملحوظ في النسب بين "أوافق" و "محايد" بنفس النسبة والتي قدرت ب 36% أما أقل نسبة هي "لا أوافق" ب28%.

أما الإناث فأعلى نسبة كانت ب 40.5%ل "أوافق"، و "لا أوافق" ب24.3%، و"محايد" ب"35.14%، ليس هناك تفاوت كبير بين النسب، ما يدل على تباين بينهم وتعدد وجهات النظر، كلا الجنسين متوافقين في النسب في إجابة "أوافق" في جميع الفئات العمرية.

من خلال المعطيات الكمية نلاحظ السلوك هو كل ما يصدر عن الفرد من أقوال وأفعال أو تعبيرات يتفاعل بها مع نفسه أو غيره باعتبار أحد ظواهر معقدة لأنه ينقسم لظاهري وغير

ظاهري، فالسلوك هو استجابات سلوكية بمثيرات مختلفة نتيجة لتعرضه لمحتويات ومواضيع، فعاطفيا وبمجرد الشعور بالفرح أو السعادة عند مشاهدة القناة هو سلوك نفسي، والذي يكون ذو تأثير إيجابي على الطالب الجامعي، وقد يتجلى أيضا في السلوكات المعرفية والتي تكون في شكل اكتساب المهارات والمعارف وتصور الأحداث باستخدام صور ذهنية تسهل عملية الاستيعاب والإدراك.

أما الجانب الآخر للسلوك فيتمثل في السلوكات الحركية والتي تكون في شكل أنها تساعد في التدوين والكتابة خاصة أن القناة من ضمن محتوياتها نجد "الروايات والكتب" والتي تحفز على محاولة الدخول في عالم الكتابة والتأليف، وبذلك تعزيز سلوك جديد.

في حين أن تعليل اختيار العينة المحدود للإجابة "لا أوافق" وبنسبة قدرت ب28% عند الذكور و 24% عند الإناث يكمن في أن كلا الجنسين يعتبرون أن مضامين قناة مساحة عبر اليوتيوب لا تؤثر على سلوكاتهم، على اعتبار أنها وكسلوك سلبي قد تؤثر المشاهدة والمتابعة المستمرة والدائمة للقناة، وقضاء أوقات طويلة في تصفحها بانعزالهم عن العالم الخارجي وتقلل تفاعلهم الاجتماعي، وهذا ما يشكل لديهم إدمان ينعكس على حياتهم بطريقة سيئة فقد تؤثر بحضورها واستعمالها ومشاهدتها بشكل مكثف على نوعية التواصل الذي يتم سواء داخل الأسرة أو خارجها، بحيث يقلل تدريجيا من عملية التواصل بينهم وقد تصل إلى الانعدام.

الجدول رقم (42): مشاهدة قناة مساحة يجعلك تكتسب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى

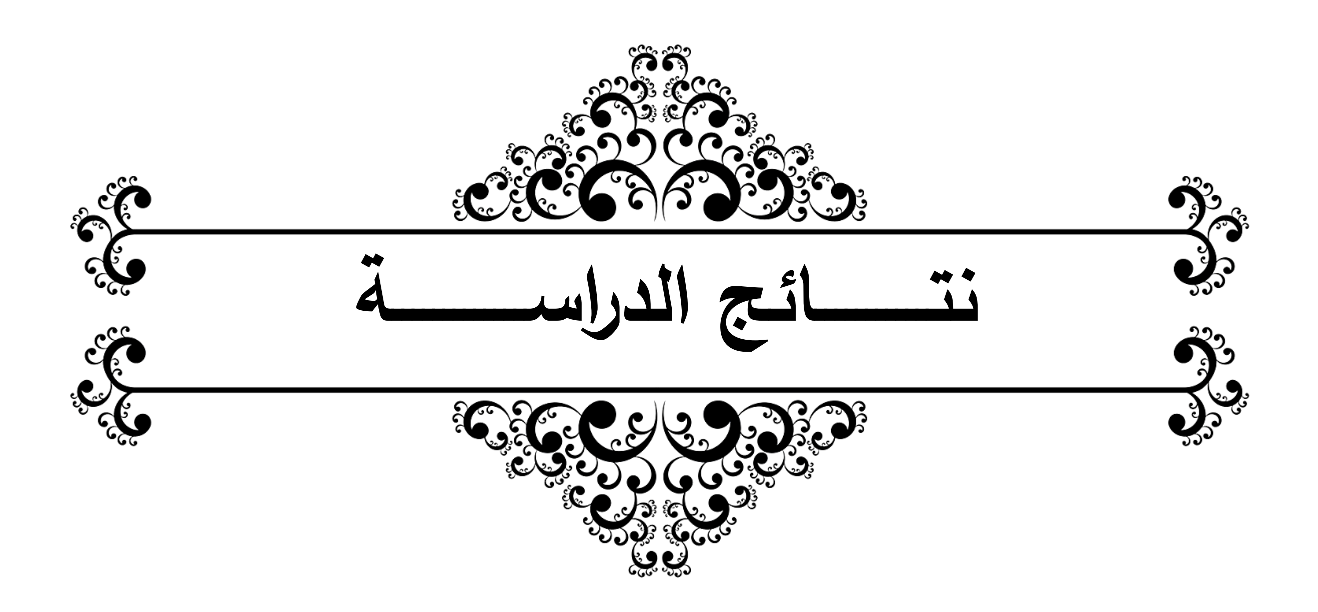
المتغيرات			مشاهدة مضامين قناة مساحة يجعلك تكتسب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى			المجموع
			أوافق	لا أوافق	محايد	
السن	من18-22سنة	التكرار	13	2	6	21
		النسبة المئوية%	61,90%	9,50%	28,60%	100%
	من23-27سنة	التكرار	26	5	8	39
		النسبة المئوية%	66,70%	12,80%	20,50%	100%
	من28-32سنة	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
	من32سنة-فمافوق	التكرار	1	0	0	1
		النسبة المئوية%	100,00%	0,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	41	7	14	62
		النسبة المئوية%	82.15%	5.75%	12%	100%
اللغات	اللغة عربية	التكرار	26	2	11	39
		النسبة المئوية%	66,70%	5,10%	28,20%	100%
	اللغة الفرنسية	التكرار	6	2	2	10
		النسبة المئوية%	60,00%	20,00%	20,00%	100%
	اللغة الانجليزية	التكرار	8	0	1	9
		النسبة المئوية%	88,90%	0,00%	11,10%	100%
	لغات أخرى	التكرار	1	3	0	4
		النسبة المئوية%	25,00%	75,00%	0,00%	100%
المجموع		التكرار	41	7	14	62
		النسبة المئوية%	66,10%	11,30%	22,60%	100%

يوضح الجدول أعلاه مشاهدة مضامين مضامين قناة مساحة ودورها في اكتساب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى على أساس متغيري السن واللغات، فنجد أن الفئات العمرية الأربعة جاء تقييمهم الإجابة "أوافق" بنسبة 82.15%، يليها "لا أوافق" ب 5.75%، ثم محايد ب 12.27%.

فنلاحظ أعلى نسبة للفئات العمرية هي "أوافق"، فمشاهدة قناة مساحة تجعلهم يكتسبون معتقدات وثقافات لمجتمعات أخرى، فمحتوى قناة مساحة يعرض مضامين ومحتويات لمختلف الثقافات، وإن حب الاطلاع على هذه الثقافات تجد نفسك مدمن على ذلك، ويزداد لديك حب

الاستكشاف والبحث في أصول هذه الشعوب والقراءة عنها بل وربما إجراء الدراسات والأبحاث حولها، إضافة إلى اكتساب المزيد من المهارات وتعزيز ثقافات الأفراد، حيث تساهم قناة مساحة عبر اليوتيوب في التأثير الإيجابي على شخصية الفرد وقيمه ومعتقداته، كما يمكن الإشارة إلى أن اللغات هي مكون أساسي من مكونات الثقافة، فاللغة تساعد الفرد في سهولة تكوينه للمزيد من العلاقات الاجتماعية والتي بدورها تكسبه ثقافات أخرى، وتوسيع دائرة معارفه وتقبل الرأي والرأي الآخر، فاللغة تساعد على فهم ثقافات الشعوب الأخرى والاندماج معها وتسهيل التواصل بين الشعوب، فاللغة الانجليزية أكبر نسبة ب 88.9%، هذه الأخيرة تسهل عملية الاتصال والتواصل مع الشعوب ذو معتقدات وقيم وعادات مختلفة عن ثقافاتنا لأن باللغة تفهم طبيعة المجتمع، في حين نجد نسبة متقاربة بين العربية و الفرنسية بنسبة 66.7%و 60%، سبق وذكرنا أن اللغة العربية هي اللغة الأ/ وهي محو الثقافات العربية وبما أن صاحب القناة يستخدم اللغة العربية الفصحى، فهذا يسهل عملية التواصل واستيعاب الأفكار والمواضيع، ورغم أن محتويات القناة تميل بين المواضيع العربية والغربية.

	التكرار	النسبة المئوية
اكتساب معارف ورؤية أوسع	11	52,4
تغيير اتجاهات ومعتقدات	5	23,8
القدرة على التحكم في النقاشات من خلال الأفكار التي اكتسبتها	5	23,8
المجموع	21	100


نتـــائج الدراســـــة

نتائج الدراســــــــــــــــــــــــــــــة:

أ- **النتائج الجزئية للدراسة:**

❖ **بالنسبة لمساهمة قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي:**

- يبين أن أغل الطلبة يعتبرون قناة مساحة بالنسبة لهم أداة تشاركية لنشر المعلومات بنسبة 53.2%، في حين يميل معظم الطلبة إلى أنها وسيلة للتعبير الحر بنسبة 29%، كما تعتقد النسبة المتبقية من العينة الكلية هي إعلام بديل عن الإعلام التقليدي بنسبة 17.7%.

- وتوصلنا إلى أن نسبة معتبرة من الطلبة الجامعيين والتي قدرت ب24.2% ترى أن نوع المواضيع التي تلفت انتباههم خلال مشاهدتهم لقناة مساحة هي "قصص النجاح" و "الكتب والروايات"أمة إقرأ"" ومن خلالها يكتسبون مهارات بنسبة 43.5%.

- نستنتج أن الفيديوهات التي بإمكانها إثراء معارف الطالب الجامعي بشكل أفضل هي "كيف تصبح أكثر ذكاء" بنسبة 37.1%، كما كشفت الدراسة إلى أن 51.6% دافعهم من المتابعة لهذه الفيديوهات هو اكتساب معارف، كما أن هناك نسبة 75.8% من العينة المدروسة يرون أن هذه المعارف تفيدهم في تخصصهم الجامعي.

❖ **بالنسبة لمدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهدين:**

- من خلال هذه الدراسة توصلنا أن أكثر الثقافات التي يتابعها الطلبة في هذه القناة هي "ثقافة عربية وغربية" ب67.7%، كما كشفت النتائج أن دائما ما تكون المضامين التي تنشرها قناة مساحة تتماشى مع قيم الطالب الجامعي بنسبة 82.3%.

- فقد تبين من إجابات أفراد العينة المدروسة أن 51.6% لا تؤثر لغة حديث المقدم على حديثهم، وقد تعادلت العينة في إجابتهم بنسبة 61.3% يعتقدون أن "القصص والأساطير" في فيديوهات قناة مساحة هي حقيقة بالنسبة لهم.

– قد توصلنا إلى أن معيار حكم الطلبة على مصداقية المعلومات الثقافية الموجودة في القناة هي "ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف" بنسبة 48.4%، و64.5% من العينة يرون أنه لا يوجد تأثير على سلوكهم من خلال مشاهدتهم للقناة.

❖ **بالنسبة لاتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة:**

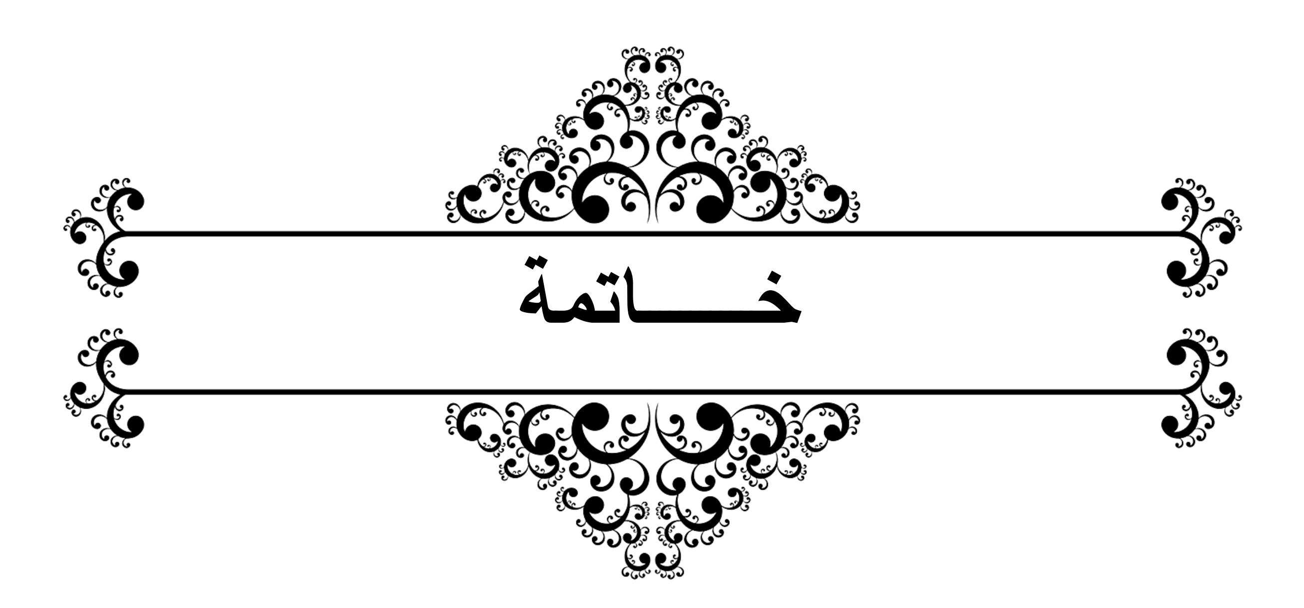
– نستنتج أن الطلبة يحرصون على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم بنسبة 76%، وتساهم برامج هذه القناة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة بنسبة 80.6%، في حين يرى معظم أفراد العينة أن هاته المضامين تتماشى مع عقائدهم وقيمهم بنسبة 61.6%.

– توصلنا إلى أن 69.4% من العينة المدروسة يرون أن برامج قناة مساحة لا تشجع على العنف والفوضى، كما أنها تؤثر على سلوك الفرد بنسبة 38.7%، في حين نجد أن نصف العينة تقريبا 51.8% ترى أن هذه القناة تعرض قصص غربية تساهم في نشر ثقافتهم، وأن هذه القناة لا تؤدي إلى الإدمان على موقع اليوتيوب بنسبة 43.5%.

– توافق أكثر من نصف العينة على أن القناة تساهم في زيادة العي الفكري بنسبة 79% والتي بدورها تجعل الطالب الجامعي يكتسب عقائد وثقافات لمجتمعات أخرى بنسبة 66.1%، حيث يرفض معظمهم أن القناة مضيعة للوقت لا تنشر أي ثقافة بنسبة 71%.

النتائج العامة للدراسة:

- تعتبر برامج البودكاست أداة تشاركية لنشر المعلومات والعلوم المختلفة والتي بإمكانها أن تزيد معارفيا في رصيد المتابع لها وتكسبه خبرات في شتى المجالات الخاصة المتعلقة بتخصص الدراسي للطالب الجامعي.
- إن قناة مساحة عبر اليوتيوب تنشر العديد من الثقافات سواء كانت عربية أو غربية وهذا من خلال الفيديوهات التي تنشرها بالاعتماد على مصادر خاصة بهاته المعلومات والتي بفضلها تزيد من مصداقية الأفكار والمعارف المعروضة عبر القناة.
- تعرض برامج البودكاست من خلال قناة مساحة على اليوتيوب مضامين تتماشى مع العقائد والقيم العربية التي تجعله يكتسب ثقافات لمجتمعات أخرى.
- تساهم برامج بودكاست عبر قناة مساحة على اليوتيوب في حب الاطلاع والتعرف على الثقافات أكثر عن طريق اكتساب معلومات وثقافات وعلوم أخرى والتي بدورها تولد تنشئة ثقافية للطالب الجامعي.
- تساعد قناة مساحة في التعرف على الثقافات غربية متنوعة بإمكانها أن تزيد من معارف المتابع في التعرف والاطلاع على العالم بأسره واكتساب معلومات حول ثقافات أخرى.



خـــاتمة

خاتمة الدراسة:

إن التطور الرهيب لتكنولوجيا الاتصال تبعه تطور تقنياتها، ومن بينها برامج البودكاست التي تعتبر أحد وسائط الإعلام التي تشتغل ضمن نطاق **wb2**، حيث ساهمت في بناء فضاء للتفاعل والتشارك وإبداء في حرية الانترنت يقدمها المتخصصون أو هواة لنشر أفكارهم ومحتوياتهم.

يعد موقع اليوتيوب وسيلة لنشر برامج وفيديوهات البودكاست التي أصبحت كبديل يسمح للشباب بإيصال أفكارهم وآرائهم وانشغالاتهم إلى المجتمع، وذلك من خلال أساليب التمثيل، حيث يقومون بإنشاء مضامين فيديو، حيث تتناول البرامج بحلقاتها المختلفة مجموعة من المواضيع والأفكار المتنوعة في شتى المجالات وبالأخص المواضيع والمحتويات الثقافية التي تسهم في إحداث التغير الثقافي بين المجتمعات ونشر معلومات لتنمية عقول المشاهدين باطلاعهم على مختلف العلوم والمعارف التي بإمكانها أن تزيد من ثقافة المشاهد، وهذا ما ركزت عليه دراستنا في الكشف عن تأثير هذه البرامج بالأخص الثقافية على قيم المشاهد وزيادة في معارفه المكتسبة.

فقد أظهرت دراستنا أن هناك ترابط وثيق بين المشاهد وهذه البرامج، حيث يعتبرون برامج البودكاست أداة تشاركية لنشر المعلومات والمعارف التي بإمكانها أن تزيد معارفها في رصيده وتكسبه خبرات وثقافات أخرى، فمثل هاته البرامج تولد لدى المشاهد حب الإطلاع واكتشاف مختلف ثقافات المجتمعات الأخرى، مما يزيد من البناء الفكري والمعرفي للمشاهد.

رغم ما تحمله برامج البودكاست من سلبيات إلا أن هذا لا يمحو وجود جانب إيجابي لها، خاصة وأنها ذات آفاق مستقبلية واعدة في ظل التطور التكنولوجي الحاصل والمستمر، والتي بإمكانها أن تجعل من شباب اليوم ذوي خبرة عالية في مجال الفيديو أي التصوير والمونتاج والإخراج فبإمكان شخص واحد أن تتوفر فيه جميع هذه الميزات، حتى دون أن يلجئوا إلى الحصول على شهادة.


قـــائمة المراجـــع

قائمة المراجع:

أ/ الكتب:

1- ابراهيم علي حجازي، **التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد**، دار المعتز لنشر وتوزيع، الأردن، 2017.

2- ابراهيم قنديلجي عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار مسيرة للنشر، عمان، 2008.

3- ابراهيم نهلة، **الثقافة في مواجهة العصر قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي**، الرواد للكمبيوتر والتوزيع، الاسكندرية، 2008.

4- أبو القاسمي محمد جواد، **نظرية الثقافة**، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت،2008.

5- استيتية دلال، **التغير الاجتماعي والثقافي**، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

6- إسماعيل بشرى، المرجع في القياس النفسي، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2004.

7- اسماعيل فاروق مصطفى، **الانثروبولوجيا الثقافية**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الاسكندرية، 1980.

8- انجرس موريس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، دار القصبة، الجزائر، 2004.

9- انغليز ديفيد وجون هيوسون، **مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة**، ترجمة لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2013.

10- بن سعيد بن سيف السيف ناصر، مفهوم علم الثقافة الاسلامية، دار كتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.

11- بن نبي مالك، **مشكلة الثقافة**، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2000.

12- بن نعمان أحمد، **سمات الشخصية الجزائرية من منظور الانثروبولوجيا النفسية**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1988.

13- بن نعمان أحمد، **هذه هي الثقافة**، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، برج الكيفان، الجزائر، د س ن.

14- بول ليفنسون، **أحدث وسائل الاعلام الجديدة**، ترجمة هبة ربيع، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.

15- البياتي ياس خضير، **الاعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة**، دار البداية،عمان .2013

16- جمال الدين محمد بن مكرم أبي العقلن إبن منظور، **لسان العرب**، دار صادر، بيروت، مجلد7، 2004.

17- حسن السداني حسن، محمد المنصور، **شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين.**

18- الحسني نبيل، **الانثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية**، الأمانة العامة المقدسة، العراق، .2009

19- حسين الصفدي عاهد، دقات على الباب العتيق مقالات إجتماعية، دار كتاب للنشر، الإمارات العربية المتحدة، 2015.

20- الخليل سمي، **دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة**، دار الكتب العلمية، بيروت، 2016.

21- الديلمي محمد عثمان، **موقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب**، دار غيداء لنشر وتوزيع، عمان، 2019.

22- الديهي محمد اسماعيل محي الدين، **تأثير شبكات تواصل الاجتماعي الاعلامية على الجمهور المتلقين**، مكتبة الوفاء لنشر، الاسكندرية، 2015.

23- راضي وسام فاضل، مهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد: التحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، دار الكتاب الجامعي، الامارات،2017.

24- الشاعر بن ابراهيم عبدالرحمان، **موقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء، عمان، 2015.

25- شقرة علي خليل، **الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)**، دار أسامة للنشر، عمان، 2013.

26- الشمايلة ماهر عودة وآخرون، **الإعلام الرقمي الجديد**، دار الإعصار العلمي، عمان،2014.

27- صبيطي عبيدة، **الاعلام الجديد والمجتمع**، المركز العربي لنشر وتوزيع، مصر، 2018.

28- صلاح عصام مروى، **الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل**، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2013

29- صلاح عصام مروى، **الإعلام الكتروني الأسس وآفاق المستقبل**، دار الإعصار لنشر وتوزيع، عمان، 2013.

30- الضبع محمود، **الثقافة والهوية والتكنولوجيا**، مكتبة الاسكندرية، مصر، 2016.

31- عبد الحميد حسين رشوان أحمد، **الثقافة دراسة في علم الاجتماع الثقافي**، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2006.

32- عبد الفتاح كنعان علي، **الصحافة الالكترونية**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

33- عبد الله الطيب عبد النبي، **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2014.

34- علي عبدالفتاح كنعان علي، **الإعلام والمجتمع**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006.

35- عماد عبدالغني، **سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة**، إعداد مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006.

36- عماد مكاوي حسن و حسين ليلى، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.

37- كوش دنيس، **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، ترجمة منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2007.

38- محمد الدليمي عبد الرزاق محمد، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

39- المشهداني سعد سلمان، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الجديدة**، دار أمجد لنشر وتوزيع، عمان، 2020.

40- معتوق جمال، **الأنثروبولوجيا: الفروع والمداخل النظرية**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016.

41- معمر عبدالمؤمن علي، **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساليب والتقنيات والأساليب**، دار المكتبة الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2008.

42- المقدادي خالد غسان يوسف، **ثورة الشبكات الاجتماعية (ماهية المواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)**، دار النفائس، عمان، 2013.

43- الموسوي صادق عباس، **التنشئة الثقافية والالتزام الديني**، مركز الحضارة لتنمية الفكر الاسلامي، بيروت، 2017.

44- هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافية والهوية**، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2010.

45- وحيد دويدري رجاء، **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية**، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2000

46- يونس كرو العزاوي رحيم، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2007.

ب/ الرسائل والمذكرات:

47- الخنساء تومي، **دور الثقافة الجماهيرية في تشكيل هوية الشباب الجامعي**، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال، جامعة بسكرة، 2017.

48- عبدالرحيم سلوم محمود، أثرر المضامين الإعلامية على البافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في العالم العربي–دراسة مسحية، مذكرة لنيل درجة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشراق الأوسط، عمان، 2020.

ج/ المراجع الأجنبية:

1- Michael strangelove ;watching youtube (extraordinary videos by 48-

2- ordinary people) ;unioersity of toronto press ; london ;1962

3- Alan lastufka and michael w.dean. ; youtube : aninsider ‘s guide49 toclimbing the charts ;copyright :printed in the united states of america .

4- Nicolas nova ;youtube ;copyright pearson éducation ;201250

د/ المواقع الالكترونية:

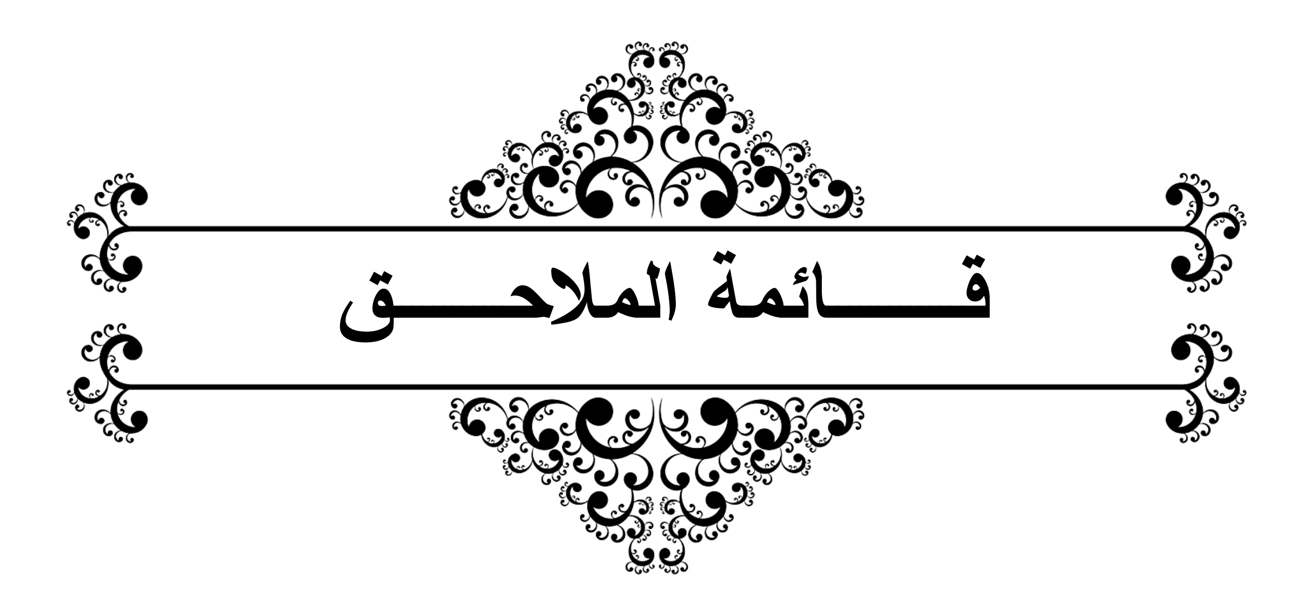
53- عبد السلام، **أسرار يوتيوب**، مدونة دايرا مجانية، 2010، www.2earns.blogspot.com.

54- سفيان تومي، **الاتصال في ظل ثورة مواقع التواصل الإجتماعي(اليوتيوب أنموذجا)**، www.researchgate.net، جامعة قاصدي مرباح.

55- وحدة الإذاعة المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج، إنتاج البودكاست الإذاعي.

56- 2021/02/15، 18:15، https://www.hamzarizki.com/.

57- www.fekera.com



قـــائمة الملاحـــق

الملحق رقم (1)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر –بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان حول:

دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي

-دراسة مسحية على عينة من متابعي قناة مساحة عبر اليوتيوب-

مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال:

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

- **فاطمة الزهراء بوغرارة**
- **عبير عثمان**

إشراف الأستاذة:

صونيا قوراري

السنة الجامعية: 2021/2020

قائمة الملاحق

البيانات الشخصية:

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-السن: 18-22 ☐ 23-27 ☐

28-32 ☐ 32 فما أكثر ☐

3-المستوى الجامعي: ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

4-اللغات التي تتقنها:

اللغة العربية ☐ اللغة الفرنسية ☐ اللغة الانجليزية ☐

المحور الأول: مساهمة قناة مساحة في زيادة الرصيد المعرفي للطالب الجامعي

1-ماذا تمثل قناة مساحة بالنسبة إليك:

-إعلام بديل عن الإعلام التقليدي ☐

-وسيلة للتعبير الحر ☐

-أداة تشاركية لنشر المعلومات ☐

-أخرى أذكرها..............

2-ما نوع المواضيع التي تلفت انتباهك خلال مشاهدتك لمحتوى قناة مساحة:

-قصص النجاح ☐ -المعلومات الغريبة ☐

-الرعب والغموض ☐ -الأفلام ☐

-الشخصيات والأساطير ☐ -الكتب والروايات (أمة إقرأ) ☐

3-ما الذي يدفعك إلى متابعة برامج قناة مساحة:

-التسلية والترفيه ☐ -بحكم انتشارها ☐

-تمضية وقت ☐ -حب الإطلاع ☐

-اكتساب معارف ☐

4-ماذا تضيف لك الكتب والروايات المذكورة ضمن فيديوهات قناة مساحة:

-اكتساب خبرات ☐

-تساعدني في حل المشاكل ☐

-تساعدني في التعامل مع الوقت ☐

-قراءة الواقع المعاش بمنظور معمق ☐

-الجرأة على المناقشة في مختلف المواضيع ☐

5-أي من هذه الفيديوهات بإمكانه إثراء معارفك بشكل أفضل:

-نتفليكس، قصة نجاح ☐

-الرجل الذي غير العصر والقرن 21 بكتاب متعفن ☐

-حقائق عن جسم الإنسان تكاد لا تصدق ☐

-كيف تصبح أكثر ذكاء ☐

-نظريات علمية أقرب للجنون ☐

6-ما المعارف التي وفرتها لك متابعتك لمحتويات قناة مساحة:

-ثقافة عامة ☐

-معلومات حول مجال تخصصك العلمي ☐

-معلومات خارج مجال تخصصك العلمي ☐

المحور الثاني: مدى توافق ما تقدمه قناة مساحة على ثقافة المشاهدين

7-ماهي أكثر الثقافات والتقاليد التي تنشرها قناة مساحة على اليوتيوب:

-ثقافة غربية ☐

-ثقافة عربية ☐

-كلاهما ☐

8-هل المضامين التي تنشرها قناة مساحة في الفيديوهات تتماشى مع قيمك:

-نعم ☐ -لا ☐ -أحيانا ☐

9-هل تؤثر لغة المقدم عبر قناة مساحة على لغة حديثك:

نعم ☐ لا ☐

-إذا كانت إجابتك "نعم" هل هذا التأثير: -إيجابي ☐ -سلبي ☐

10-هل تعتقد أن ما يقال من قصص وأساطير والتي تعرضها قناة مساحة:

-حقيقة ☐ -خرافة ☐

-إذا كانت إجابتك "حقيقة" هل هذا يتماشى مع ثقافتك: نعم ☐ لا ☐

11-ماهو معيارك في الحكم على مصداقية المعلومات الثقافية التي تنشرها قناة مساحة:

- الإعتماد على الصور والفيديوهات ☐
- ذكر مصدر المعلومة في صندوق الوصف الخاص بالقناة ☐
- شخصية أثق بها ☐

12-هل استطاعت هذه الفيديوهات التأثير على سلوكاتك:

نعم ☐ لا ☐

-إذا كانت إجابتك ب"نعم" ففيما يتجلى هذا التأثير............

المحور الثالث: اتجاهات المشاهدين نحو برامج قناة مساحة

السؤال	أوافق	لا أوافق	محايد
أحرص على متابعة قناة مساحة بشكل منتظم.			
تساهم برامج قناة مساحة في التحفيز من أجل الحصول على معرفة أكثر.			
تعرض قناة مساحة مضامين تتماشى مع عقائدنا العربية.			
تشجع برامج قناة مساحة على العنف والفوضى.			
تعرض قناة مساحة مضامين تؤثر على سلوك الفرد.			
تعرض قناة مساحة قصص غربية تساهم في نشر ثقافتهم.			
تؤدي قناة مساحة إلى الإدمان على موقع اليوتيوب.			
تساهم برامج قناة مساحة في زيادة الوعي الفكري.			
مشاهدة مضامين قناة مساحة يجعلك تكتسب عقائد وثقافات مجتمعات أخرى.			
تعتبر برامج قناة مساحة على اليوتيوب مضيعة للوقت ولا تنشر أي ثقافة.			
لا تؤثر المضامين التي تعرضها قناة مساحة على المتابع بأي شكل من الأشكال.			
تساعد المفاهيم الثقافية في الاطلاع على العالم بأسره واكتساب معارف جديدة وثقافات مختلفة.			